

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมและตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการ
  - 1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
  - 1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับ โรงพยาบาลเอกชนและส่วนงานผู้ป่วยนอก
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่ออาชีพ
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้ของบุคคลแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่ได้รับ และการประเมินค่าสิ่งที่ได้รับต่างกันไปด้วย บุคคลประเมินค่าจากสิ่งที่รับรู้โดยอาศัยประสบการณ์และภูมิหลังของตนการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายของการรับรู้ที่มีผู้กล่าวถึงไว้หลายแนวคิด ดังนี้

### ความหมายของการรับรู้

Gray (2000) ให้ความหมายการรับรู้ว่า หมายถึงกระบวนการของการแปลความหมายของประสาทสัมผัสของเรา เพื่อที่จะให้ความหมายต่อสิ่งแวดล้อม ความสำคัญของการรับรู้อยู่ที่การแปลความหมาย นั่นคือ คนเรามักจะกระทำที่ขึ้นอยู่กับกระบวนการแปลความหมาย สิ่งที่เกิดขึ้นตามระบบการรับรู้ของตนเองมากกว่าจะตีความไปตามความเป็นจริงของสิ่งที่เกิดขึ้น

Robbins (2001) ให้ความหมายของการรับรู้ว่า หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการที่บุคคลจัดการและตีความจากการที่ได้รับสัมผัสเพื่อให้ความหมายต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการที่คนเรารับรู้นั้นสามารถแตกต่างไปจากของจริงได้

Schiffman and Kanuk (1994) ให้ความหมายของการรับรู้ว่า หมายถึงกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกเป็นภาพที่มีความหมายและเป็นภาพรวมของสิ่งที่อยู่รอบๆตัวเรา

สุชา (2540) ให้ความหมายของการรับรู้ว่าหมายถึง การตีความหมายจากการรับสัมผัส (Sensation) ในการรับรู้นั้นเราไม่เพียงแต่มองเห็น ได้ยิน หรือได้กลิ่นเท่านั้น แต่เราต้องรับรู้รับรู้ได้ว่าวัตถุหรือสิ่งของนั้นคืออะไร มีรูปร่างอย่างไร ในแง่ของพฤติกรรม การรับรู้เป็นขบวนการที่เกิดแทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าดังนี้



### ภาพที่ 1 องค์ประกอบของการรับรู้

ที่มา: สุชา (2540)

จากความหมายของการรับรู้สรุปได้ว่า การรับรู้คือการที่บุคคลมองเห็น และตีความความรู้สึกของตนเองเพื่อให้ความหมายจากเหตุการณ์และสภาวะแวดล้อมต่างๆ

### องค์ประกอบของการรับรู้

ปรียาพร (2544) กล่าวว่า การรับรู้เกิดจากองค์ประกอบต่อไปนี้

1. อาการสัมผัส หมายถึง สิ่งที่เข้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสเพื่อให้นักรับรู้สภาพแวดล้อมรอบตัว ซึ่งปกติคนเราเมื่อได้รับสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วมักจะจำแนกอาการสัมผัสนั้นๆ ตามประสบการณ์ที่มีอยู่เกือบทุกครั้งและเรายังจะเคยชินกับสิ่งที่สัมผัสมากกว่าที่จะนึกถึงอาการสัมผัสนั้น

2. การแปลความหมายจากอาการสัมผัส การแปลความหมายนี้ขึ้นอยู่กับความชัดเจนในการดำรงชีวิต สามารถรับรู้ได้จากอาการสัมผัสโดยดูจากกิริยาท่าทางลักษณะคำพูดนั้น การแปลความหมายจากอาการสัมผัสต้องอาศัย

2.1 เขาว่าปัญญา เป็นองค์ประกอบสำคัญที่เกื้อหนุนให้รับรู้สิ่งเร้าต่างๆของบุคคลได้เป็นอย่างดี

2.2 การสังเกตพิจารณาช่วยให้คนรับรู้ได้อย่างแม่นยำ บางครั้งต้องอาศัยเวลา แต่บางครั้งต้องอาศัยความชำนาญ

2.3 ความสนใจและความตั้งใจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการแปลความหมายของอาการสัมผัสทำให้มีสมาธิ ทำให้ละเอียดถี่ถ้วน ทำให้แปลความหมายถูกต้อง

2.4 สภาพจิตใจขณะรับรู้ เมื่อเกิดความเมื่อยล้า มักไม่สนใจจะกระทบต่อการรับรู้ ทำให้เกิดความสับสนถ้าจิตใจแจ่มใสจะช่วยให้การแปลความหมายถูกต้อง

3. ความรู้หรือประสบการณ์ ได้แก่ ความรู้ความสามารถโดยรวมทั้งการกระทำที่เคยทำในอดีต มีความสำคัญมากสำหรับการแปลความหมายของอาการสัมผัสได้แจ่มชัดขึ้น ความรู้เดิม และประสบการณ์เดิม ช่วยให้การแปลความหมายได้ดีต้องมีคุณสมบัติดังนี้

3.1 เป็นความรู้ที่แน่นอนถูกต้องและชัดเจน

3.2 มีปริมาณมาก รู้หลายอย่างช่วยแปลความหมายต่างๆ ได้สะดวกและถูกต้องดี

### **ธรรมชาติของการรับรู้**

เนื่องจากคนเราต้องพบเหตุการณ์หลายอย่าง การรับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ นั้น เราไม่สามารถรับรู้ได้ทุกเรื่อง แต่จะเลือกรับรู้เฉพาะบางสิ่ง และขณะเดียวกัน ก็จะมีการจัดหมวดหมู่ของกลุ่มสิ่งเร้าต่างๆ ที่รับรู้ นั้นเป็นกลุ่มก่อนเป็นส่วนรวมเพื่อให้ง่ายต่อการแปลความหมาย ซึ่งเป็นธรรมชาติของการรับรู้ ธรรมชาติของการรับรู้ทั่วไป(ปรีชาพร 2544) มีลักษณะดังนี้ คือ

1. เลือกสิ่งที่จะรับรู้ มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งเร้าที่มีลักษณะดังนี้

1.1 สิ่งที่น่าสนใจหรือต้องการขณะนั้น โดยปกติเมื่อบุคคลกำลังสนใจในเรื่องใดก็จะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งนั้น

1.2 สิ่งแปลกและสะดุดตา ดึงดูดความสนใจให้อยากรู้อยากเห็น

2. จัดหมวดหมู่ของสิ่งที่รับรู้ คนพบสิ่งเร้าหลายๆอย่างในขณะเดียวกัน เราก็มีแนวโน้มที่จะจัดสิ่งเร้าเหล่านั้นออกเป็นกลุ่มก่อน และเป็นหมวดหมู่โดยแบ่งออกได้ดังนี้

2.1 ความใกล้ชิด มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งที่ใกล้ชิดกันให้เป็นภาพเดียวกัน

2.2 ความคล้ายคลึงหรือเหมือนกัน เรารับรู้สิ่งเร้าที่เหมือนกันหรือคล้ายกันว่าเป็นพวกเดียวกัน

2.3 ความต่อเนื่องสิ่งเร้าที่มีทิศทางในแนวเดียวกัน เรารับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน

3. ภาพและพื้น การรับรู้ภาพทำนองนี้ เรามองเห็นส่วนที่เด่นชัด หรือส่วนที่อยู่ในความใส่ใจของภาพ และส่วนที่อยู่เบื้องหลังไกลออกไป หรือส่วนที่เราให้ความสนใจน้อยเป็นพื้น

4. ความคลาดเคลื่อนของการรับรู้ สามารถแบ่งได้ดังนี้

4.1 ความคงที่ของการรับรู้ การรับรู้หรือสิ่งของบางอย่างที่เคยมีประสบการณ์มาก่อนทำให้การรับรู้ของคนเราต่างไปจากภาพที่เห็นในขณะนั้น เช่น วัตถุขนาดเท่ากันวางเรียงกันเป็นแถวตาเราจะมองเห็นภาพที่อยู่ไกลเล็กกว่าภาพที่อยู่ใกล้ แต่เรายังรับรู้ว่าเท่ากัน

4.2 ภาพลวงตา เป็นการรับรู้ที่ผิดพลาดจากความเป็นจริง เนื่องจากอิทธิพลของสิ่งเร้าที่แวดล้อมอยู่ภายนอกนั้น

### คุณลักษณะของสิ่งเร้า

สิ่งเร้าที่เป็นต้นเหตุ ให้เกิดการรับรู้แบ่งออกเป็น 2 คุณลักษณะ

1. สิ่งเร้าที่มีโครงสร้างและแบบแผน การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งเร้าเหล่านี้ เป็นการรับรู้ตามคุณสมบัติที่เป็นจริงของสิ่งเร้านั้นๆ

2. สิ่งเร้าที่ไม่มีโครงสร้างและแบบแผน หรือสิ่งเร้าที่มีลักษณะกำกวมดูเป็นสองนัยขึ้นไป คนเรามักรับรู้และตีความให้กับสิ่งเร้าดังกล่าว โดยใช้ความต้องการ คุณค่า เจตคติ บุคลิกภาพของตนเป็นเครื่องกำหนดในการรับรู้ของตน

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

รัชดา (2540) ได้อธิบายว่า การรับรู้ที่บุคคลมีต่อเรื่องราวเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมต่างกัันนั้นมีอิทธิพลมาจากตัวแปรด้าน เพศ อาชีพ และฐานะทางเศรษฐกิจ

ศิริวรรณ (2541) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันของบุคคลเกิดจาก1) ผู้รับรู้  
2) ความมุ่งหมายหรือเป้าหมาย ที่รับรู้ 3) ลักษณะสถานการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ Robbin (2000) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้จะประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยได้แก่

1. ผู้รับรู้ (Perceiver) เมื่อบุคคลมองดูเป้าหมายและพยายามที่จะตีความหมายถึงสิ่งที่มองว่าคืออะไร การตีความนั้นจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้สิ่งที่เกี่ยวข้องอย่างมากกับการรับรู้ได้แก่ ทศนคติ สิ่งจูงใจ ความสนใจ ประสบการณ์ในอดีต และความคาดหวัง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ทศนคติ (Attitudes) คือ แนวโน้มของบุคคลที่จะเข้าใจ (Cognitive) รู้สึก (Feel หรือ affective) และการแสดงพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

1.2 เหตุจูงใจ (Motivation) แรงจูงใจภายในบุคคลที่กระตุ้นความต้องการที่ไม่เป็นที่พอใจหรือเหตุจูงใจจะกระตุ้นพฤติกรรมบุคคลและอาจมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้

1.3 ความสนใจ (Interests) เป็นความสนใจของผู้รับรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่นคนที่ชอบอ่านหนังสือเมื่อมีเวลาจะนำหนังสือมาอ่านเสมอ

1.4 ประสบการณ์ในอดีต (Past Experiences) คนเรารับรู้สิ่งต่างๆจากการที่เราเคยเกี่ยวข้องด้วย

1.5 ความคาดหวัง (Expectation) เป็นความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือพฤติกรรมซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ เช่น เรามีความคาดหวังว่าลูกของเราต้องเก่ง ขยัน แต่ความเป็นจริงอาจตรงกันข้ามกับที่เราคาดหวังไว้ก็ได้

2. เป้าหมาย (Target) เป้าหมายคือ สิ่งซึ่งถูกสังเกตว่าเป็นที่ยอมรับและรับรู้ ลักษณะของเป้าหมาย ประกอบด้วย ความใหม่ (Novelty) การเคลื่อนไหว (Motion) น้ำเสียง (Sounds) ขนาด (Size) ภูมิหลัง (Background) และความใกล้เคียง (Proximity) ซึ่งสามารถสร้างภาพของเป้าหมายตามที่เราเห็น เป้าหมายไม่สามารถถูกมองในลักษณะเดียวๆ ดังนั้นความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับภูมิหลังที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่ใกล้เคียงกันและคล้ายกันเข้าด้วยกัน

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นสิ่งที่เรามองเห็น หรือเหตุการณ์รอบๆสภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอก ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ปัจจัยสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ประกอบด้วยเวลา (Time) สภาพงาน (Work Setting) และสภาพสังคม (Social Setting) เช่น ช่วงเวลาต่างกันอาจรับรู้ได้ต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรับรู้จะเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้าบุคคลจะเกิดการรับรู้และตอบสนองสิ่งที่รับรู้ นั้น เมื่อเกิดการรับรู้บุคคลจะประเมินค่าสิ่งที่ตนเองรับรู้ นั้น โดยอาศัยองค์ประกอบต่างๆ บุคคลจะเลือกสิ่งที่รับรู้แล้วแปลความหมายนั้น รวมทั้งมีความคาดหวังว่าจะเป็นอย่างไรต่อไป ซึ่งก็จะเป็นแนวทางในการตัดสินใจและเลือกปฏิบัติต่อไปประสบการณ์เดิมของบุคคลจึงมีความสำคัญต่อการรับรู้

### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

การบริการตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Service ซึ่งเป็นคำที่เราคุ้นเคยและคนส่วนมากจะเรียกร่องขอรับบริการเพื่อความพึงพอใจของตน เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ การให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีหลากหลาย ในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการบริการทั้งสิ้น

### ความหมายของการบริการ

การบริการ หมายถึง การสนองความต้องการของผู้รับบริการก็เป็นการบริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญคือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ

Kotler (2000) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมใดที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องไม่ได้ และไม่มีการส่งมอบกรรมสิทธิ์ในสินค้านั้นไปให้ผู้ใช้บริการ

สุมนา (2536) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นร่วมกับสินค้า

ชัชณะ (2543) ให้ความหมายของการบริการว่า มีความหมายอยู่ 2 ระดับ ได้แก่ความหมายในระดับพฤติกรรม( Behavior Approach) และความหมายระดับสถาบัน( Institution Approach) ความหมายของระดับพฤติกรรม เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นกระบวนการในการปฏิบัติ หรือลงมือกระทำในเรื่องหนึ่งเรื่องใด โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ในแง่การบริการจึงเป็นการเผชิญหน้ากัน หรือการมีการกระทำระหว่างกันของผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ซึ่งเป็นความหมายที่เน้นความสำคัญของการบริการในฐานะที่เป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหว (Motion Activity) ความหมายในระดับสถาบัน เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นเรื่องของการประกอบธุรกิจบริการหรืออุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) ซึ่งถือว่าเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่ง (Service as a Social Institution) ซึ่งเป็นบทบาทและหน้าที่ต่อสังคมในด้านต่างๆ (Social Function) ตามลักษณะการจัดแบ่งหมวดหมู่ของการบริการออกตามประเภท หรือกลุ่มของกิจกรรมที่มีส่วนสัมพันธ์ซึ่งในแง่การบริการตามความหมายที่สองจะมีขอบเขตกว้างกว่าในความหมายแรก หรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริการตามความหมายในระดับพฤติกรรมเป็นเพียงส่วนหนึ่งของความหมายระดับสถาบัน

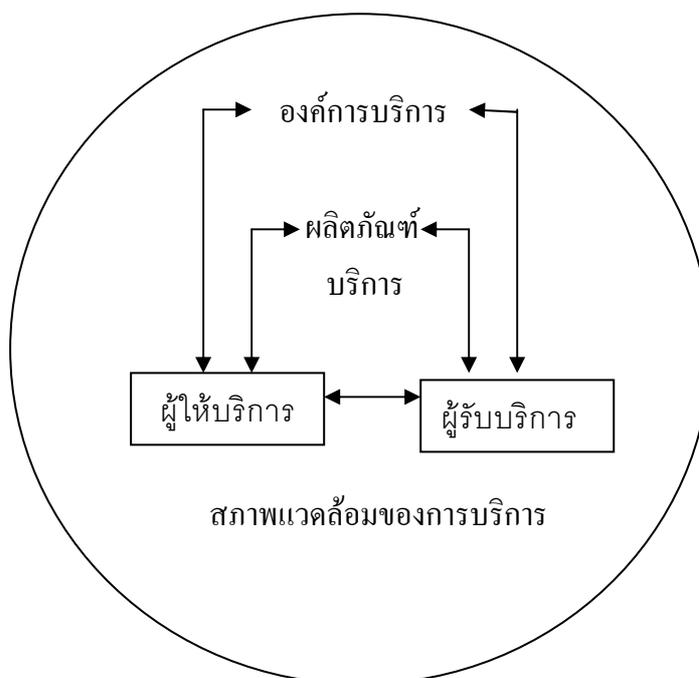
สมิต (2545) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อ และเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลาย ในการทำให้คนต่างๆที่เกี่ยวข้องได้รับการช่วยเหลือ

การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นผู้ให้บริการและความต้องการคนเป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างบริการที่ดี เพราะกิจกรรมใดๆที่เกี่ยวกับการบริการคนจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเป็นผู้ดำเนินการเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

## องค์ประกอบของการบริการ

องค์ประกอบของการบริการที่สำคัญต้องประกอบด้วย 5 ส่วน คือ

1. ผู้รับบริการ
2. ผู้ให้บริการ
3. องค์การบริการ
4. ผลิตภัณฑ์บริการ
5. สภาพแวดล้อมของการบริการ



### ภาพที่ 2 องค์ประกอบของการบริการ

ที่มา: ดัดแปลงจาก Gronroos (2544 อ้างถึงในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544:)

1. ผู้รับบริการ เป็นผู้ที่มีความสำคัญมากในกระบวนการบริการเพราะความพอใจของลูกค้าคือเป้าหมายหลักของการบริการ การบริการที่จะทำให้ได้ผลตรงหมายที่สุดจึงจำเป็นต้องสนในลูกค้าเป็นพิเศษโดยเฉพาะเรื่องการรับรู้การบริการที่ลูกค้าพึงพอใจ

2. ผู้ให้บริการ ผู้ปฏิบัติงานในกิจการบริการทุกคนล้วนมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการบริการทั้งสิ้น จึงจำเป็นต้องปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเต็มความสามารถเพราะผู้รับบริการจะมองเห็นภาพพจน์ของธุรกิจได้อย่างดีจากการแสดงออกของบุคลากรในองค์การบริการนั้น

3. องค์การบริการ องค์การต้องกำหนดนโยบายการให้บริการที่ชัดเจนและแจ้งให้พนักงานทุกคนในองค์การยึดมั่นในนโยบายดังกล่าว และกำหนดโครงสร้างและกลยุทธการบริหารการบริการที่ดีให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกระดับ และตรวจสอบ ประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าและปัญหาข้อบกพร่องเป็นระยะๆ จะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนางานบริการได้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ

4. ผลិតภัณฑ์บริการ ผลิตภัณฑ์บริการนับเป็นกุญแจสำคัญของการบริการที่จะสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า วิธีการให้บริการปฏิบัติต่อลูกค้าแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของการบริการแต่ละประเภท

5. สภาพแวดล้อมของการบริการ การจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศขององค์การที่เอื้อต่อการให้บริการแก่ผู้รับบริการเป็นเรื่องที่ละเอียดไม่ได้ สภาพแวดล้อมของสถานที่และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานมีความพร้อมอยู่เสมอ จะส่งผลให้การบริการเป็นไปอย่างราบรื่นและรวดเร็ว สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความประทับใจและเอกลักษณ์ของการบริการทำให้เกิดความแตกต่างในคุณภาพการบริการได้

### ลักษณะเฉพาะของการบริการ

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้ ( ศิริวรรณ, 2536)

1. ไม่สามารถจับต้องได้(Intangibility) บริการที่ไม่สามารถมองเห็น ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถทำการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน คือ ผู้ให้บริการมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันทำให้การบริการถูกจำกัดเรื่องเวลา เพื่อเป็นการแก้ปัญหา จึงมีการกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการให้รวดเร็ว เพื่อจะให้บริการได้มากขึ้น

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่า ผู้ให้บริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นคุณภาพแต่ละครั้งจึงแตกต่างกัน ดังนั้นผู้รับบริการ จะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอการบริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา

### คุณสมบัติของผู้ให้บริการ

คุณสมบัติ (Qualification) คือลักษณะประจำตัวซึ่งบุคคลต้องมี ก่อนที่จะได้มาซึ่งตำแหน่งพิจารณาว่าผู้ใดเหมาะสมกับงานใด หมายถึงจะทำงานได้ดีในหน้าที่อะไร อาจพิจารณาจากลักษณะประจำตัว

Murley (1997) ได้กล่าวว่า เนื้อหาของการบริการลูกค้าจะแตกต่างกัน บทบาทของพนักงานบริการลูกค้าจะมีเนื้อหารายละเอียดที่แตกต่างขึ้นอยู่กับตำแหน่งและหน้าที่เฉพาะของธุรกิจ ความสามารถจะแสดงถึงลักษณะที่แสดงออกมาในแต่ละคน ซึ่งความสามารถเหล่านี้จะมีเนื้อหาที่มีส่วนประกอบทางด้าน สังคม บุคคล และความสามารถเฉพาะอย่างในงาน

#### 1. ความสามารถด้านสังคม

เป็นความสามารถที่เกี่ยวกับการแสดงออกในสังคมที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลในด้านการให้บริการ ความสามารถเหล่านี้เป็นความสามารถที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดซึ่งแต่ละคนจะต้องมีความสามารถนี้เป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดซึ่งแต่ละคนจะมีความสามารถนี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการให้บริการ ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

1.1 ความมั่นใจทางด้านสังคม (Social Confidence) มีความเป็นมิตรกับคนรอบๆตัว ชอบคบหาสมาคม มีความสามารถที่จะมีสัมพันธ์ไมตรีกับคนอื่นทุกระดับ มีความสามารถในการที่จะแสดงความเอาใจใส่กับคนอื่นๆ ทำให้คนอื่นรู้สึกปลอดภัย และสามารถทำให้คนอื่นสบายใจ

1.2 ความสามารถในการรับฟัง (Listening Skill) ให้ความสนใจกับคำพูดของผู้ที่สนทนาด้วย ให้การตอบรับและถามถึงข้อข้องใจต่างๆให้กระจ่าง และให้ข้อมูลต่างๆอย่างไม่ปิดบัง บิดเบือนความจริง เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดของคนอื่น

1.3 ความเห็นอกเห็นใจ และชอบให้ความช่วยเหลือ (Empathy and Helpfulness) ความสามารถที่จะเข้าใจความรู้สึก ความทุกข์ใจของผู้อื่น แม้ว่าสิ่งเหล่านั้นจะเป็นสิ่งไม่มีเหตุผลก็ตาม แสดงถึงความเห็นอกเห็นใจ และเป็นธุระให้กับลูกค้ำก่อนเสมอ มีแรงกระตุ้นที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้ำและช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้ำแม้ว่าจะค่อนข้างยากก็ตาม

1.4 ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Communication Skill) มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารทั้งทางการพูดและการเขียน เพื่อให้การสื่อสารนั้นถูกต้องและรวดเร็ว โดยจะต้องไม่มีคำพูดที่หยาบคาย ตลอดจนน้ำเสียงที่เหมาะสมกับลูกค้ำ

1.5 การทำงานเป็นทีม (Teamwork) ทำงานได้อย่างมีความสุขเต็มใจช่วยเหลือคนอื่นๆ ทำงานหนัก และมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของทีม ตลอดจนภูมิใจในผลงานของทีมตน

## 2. ความสามารถเฉพาะตัว (Personal Competence)

ความสามารถนี้จะนำไปสู่ความสามารถส่วนบุคคลและความสามารถที่จะทำให้ผลการปฏิบัติงานนั้นประสบความสำเร็จ ถ้านำไปรวมกับความสามารถด้านสังคม ซึ่งองค์ประกอบในความสามารถนี้คือ

2.1 ความไว้วางใจตัวเองและความยืดหยุ่นได้ (Self-Assurance and Resilience) มีความสามารถที่จะยืนหยัดอย่างมั่นคง ความสามารถในการที่จะแสดงสิทธิของตัวเอง มีความมั่นใจเป็นตัวของตัวเอง แม้ว่าจะรู้ถึงข้อจำกัดของตนเอง มีความสามารถที่จะแสดงถึงความไว้วางใจและความมั่นใจได้ และสามารถจัดการกับการถูกปฏิเสธ และการถดถอยความรู้สึกได้

2.2 ความมุ่งมั่นและไม่ลดละ และการมีอำนาจบังคับ (Persistence and Control) มีพลังและความอดทน ที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปเรื่อยๆ แม้ว่าจะมีความรู้สึกท้อถอย และมีความรู้สึกที่น่าเบื่อที่จะทำทุกอย่างแต่ไม่ล้มเลิกที่จะทำต่อไป ตลอดจนถึงคงแก้ปัญหาให้แม่นยำเพื่อให้เป็นที่พอใจ มีความสามารถที่จะบังคับ สามารถควบคุมความรู้สึกปฏิกิริยาตอบกลับได้ และสามารถที่จะอยู่อย่างสงบได้แม้ว่าจะมีแรงกระตุ้นให้โกรธหรือแรงกดดันต่างๆก็ตาม

2.3 ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) ความสามารถที่จะรักษาและแสดงออกถึงทัศนคติที่ดียิ่งอย่างสม่ำเสมอ มีพลังที่จะอดทนถึงกระตุ้นอยู่ตลอดเวลา

2.4 ความละเอียดถี่ถ้วน (Thoroughness) ความสามารถที่จะจัดลำดับก่อนหลังได้ สามารถที่จะจัดระบบ และทำงานอย่างเป็นขั้นตอน คำนี้ถึงรายละเอียด ความถูกต้อง และความแม่นยำ มีความสามารถในการชี้ข้อผิดพลาดได้ ตลอดจนถึงมีความสามารถที่จะผลิตผลงานอย่างมีคุณภาพอยู่เสมอ และมีสติอยู่เสมอ

2.5 ความสามารถที่จะฝึกฝนตนเองอยู่เสมอ (Practice Intelligence) ความสามารถที่จะคิดได้อย่างรวดเร็ว ใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาในการแก้ปัญหา มีความรู้ด้านเทคนิคต่างๆ และสามารถคิดคำนวณต่างๆได้อย่างไม่ต้องพลิกแพลง

2.6 มีความคิดริเริ่ม และมีความเด็ดขาด (Initiative and Decisiveness) มีคุณสมบัติในการรับผิดชอบในการกระทำของตนเอง โดยปราศจากการสั่งจากคนอื่น สามารถที่จะยอมรับและสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว มีความสามารถที่จะทำงานกับบุคคลที่ต่างกัน และสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันได้อย่างสามารถตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลที่มีอยู่อย่างจำกัดได้ทันที

### 3. ความสามารถเฉพาะอย่างในงาน (Work-Specific Competence)

ความสามารถด้านนี้จะมีลักษณะแตกต่างในการทำงานแต่ละชนิดแต่ละองค์การ ความสามารถนี้จะเกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้เรียนรู้งานแล้วและเป็นสิ่งที่จะต้องมีความชำนาญทางด้านนี้ด้วย ซึ่งประกอบด้วย

3.1 ความชำนาญด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Technology Skill) เป็นความสามารถในการทำงานกับอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้อย่างชำนาญและได้อย่างสะดวกสบายเพราะว่ามีความรู้และประสบการณ์จากการใช้อุปกรณ์เหล่านั้น

3.2 ความรู้ด้านผลผลิต (Product Knowledge) ความสามารถทางด้านนี้จะขึ้นอยู่กับตำแหน่งของพนักงาน มีความสามารถที่จะรวบรวมเอาสิ่งต่าง ๆ มาสัมพันธ์กันได้ และเต็มใจที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมจากความรู้เดิมที่มีอยู่

3.3 ความรอบรู้ด้านธุรกิจ (Business Awareness) มีความเข้าใจในธุรกิจ และแหล่งตลาดอื่นๆ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าในทุกๆระดับ นอกจากนี้จะต้องมีความรู้ในเชิงพาณิชย์ และจะต้องรู้ผลกระทบของกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นจนจบ

### **คุณภาพการบริการ**

การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการปรากฏในรูปของงานวิจัย และบทความต่าง ๆ ในวารสารด้านการตลาด และการบริการ เสนอแนวคิดการตลาดที่ทุกองค์กรมุ่งให้ความสำคัญ แก่ลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้รับบริการให้ได้รับบริการที่สร้างความพึงพอใจสูงสุด (Brady and Cronin, 2001 , Levesque and McDougall, 1993)

### **ความหมายของคุณภาพการบริการ**

Kotler (2000) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ ตามแนวคิดทางการตลาดในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง เมื่อผู้รับบริการมาใช้บริการก็จะเปรียบเทียบบริการที่ได้รับกับการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ถ้าพบว่าบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการจะไม่พึงพอใจและอาจไม่กลับมาใช้บริการอีก แต่ถ้าหากว่าบริการที่ได้รับจริงตรงกับความคาดหวังหรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการอีก

Zimmerman and Enell (1988) กล่าวถึงคุณภาพการบริการไว้ว่าเป็นการเริ่มต้นที่เหมาะสมกับการใช้เป็นการตอบสนองถึงความจำเป็นของลูกค้าในราคา เวลาการจัดส่งและเหมาะสมกับความตั้งใจ หรือเป้าหมายของลูกค้า

Parasuraman, et al (1990) กล่าวถึงคุณภาพการบริการไว้ว่า หมายถึง การรับรู้สิ่งที่คาดหวังของลูกค้าในการปฏิบัติงานที่มีต่อผู้รับบริการและสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือสิ่งที่ลูกค้าต้องการนั้นไม่ขัดแย้งกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับ

ศิริวรรณ (2536) กล่าวถึงคุณภาพการบริการไว้ว่าหมายถึง สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการบริการตามลูกค้าคาดหวังไว้

วีรพงษ์ (2539) กล่าวถึงคุณภาพการบริการไว้ว่าหมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ระดับความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า และระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

คุณภาพการบริการเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจ และให้ความสำคัญอย่างจริงจังมาเมื่อไม่นานมานี้ จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และผลความคาดหวังของลูกค้า หลังจากการใช้บริการ พบว่า คุณภาพของการบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนอยู่กับทักษะหรือการรับรู้ที่แตกต่างกันของลูกค้า

### ลักษณะของคุณภาพการบริการ

Kano (อ้างถึงในสิทธิศักดิ์ 2546) แบ่งคุณภาพการบริการออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เรียกว่า Dissatisfier ส่วนนี้เป็นส่วนที่ลูกค้าคาดหวังจากผลิตภัณฑ์หรือบริการของเรา โดยที่ลูกค้าอาจบอกเราหรือไม่บอกก็ได้ เช่นผู้ป่วยมาคลอดลูกที่โรงพยาบาล สิ่งที่ผู้ป่วยคาดหวังคือ “ลูกต้องรอด แม่ต้องปลอดภัย” คุณภาพในส่วนนี้ในสายตาของลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการให้ได้ เป็นคุณภาพที่ต้องมี (Must be quality) ของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆเมื่อใดก็ตามที่องค์กรไม่สามารถส่งมอบคุณภาพคุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวังได้ ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจ และอาจเกิดการฟ้องร้องตามมา อย่างไรก็ตาม คุณภาพที่ต้องมีหรือต้องเป็นนี้ แม้องค์กรหรือโรงพยาบาลจะทำได้ดีเพียงใดก็ตาม หากได้สร้างความประหลาดใจหรือประทับใจแก่ลูกค้าเป็นพิเศษไม่ เช่น มารับการบริการที่โรงพยาบาลแล้วได้รับยาที่ถูกต้อง ไม่ผิดพลาดเลย ลูกค้าจะรู้สึกเฉยๆ ไม่ได้ประหลาดใจหรือเหนือความคาดหมายแต่อย่างใด เพราะเป็นสิ่งที่คาดหวังอยู่แล้ว แต่ในทางกลับกัน หากโรงพยาบาลจ่ายยาผิดพลาด ฉีดยาผิดขนาด ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจทันที Kano จึงเรียกคุณภาพส่วนนี้ว่าเป็น ตัวสร้างความไม่พึงพอใจ (Dissatisfier)

ส่วนที่2 ส่วนนี้เป็นคุณภาพที่แปรผันตรงกับความพึงพอใจของลูกค้า เช่น เวลารอคอย ราคา ค่าบริการ หากผู้ป่วยรักษาที่โรงพยาบาล ได้พบแพทย์เฉพาะทางเหมือนกัน ได้ยาแบบเดียวกัน ราคาค่าบริการเท่ากัน ราคาค่าบริการเท่ากัน ผลการรักษาดีเหมือนกัน แต่โรงพยาบาลหนึ่งมี ระยะเวลาารรับบริการสั้นกว่าอีกโรงพยาบาลหนึ่ง โรงพยาบาลแรกย่อมสร้างความพึงพอใจให้ ลูกค้ามากกว่า เวลาที่สั้นกว่า จึงเป็น ตัวสร้างความพึงพอใจ(Satisfier) ให้กับลูกค้า ในทำนอง เดียวกัน สินค้าที่มีคุณภาพเหมือนกันทุกประการแต่ราคาต่ำกว่า ย่อมสร้างความพึงพอใจได้มากกว่า

ส่วนที่3 เรียกว่า Delighter ส่วนนี้เป็นคุณภาพที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าคาดไม่ถึง คู่แข่งไม่มี เป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ประหลาดใจเกิดความ ปิติและภูมิใจที่ได้ บริการ Kono เรียกคุณภาพส่วนนี้ว่าเป็น ตัวสร้างความประทับใจ (Delighter) ซึ่งจะเป็คุณภาพที่ สร้างความแตกต่างของบริการหรือผลิตภัณฑ์ เป็นคุณภาพที่ทำให้เหนือคู่แข่ง เอาชนะคู่แข่ง และ เป็นคุณภาพที่องค์กรสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่า

จากแนวคิดของ Kano อาจแบ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นสามระดับ ระดับแรก คือ เป็นคุณภาพที่ต้องเป็นต้องมีตามมาตรฐาน (Assumed Quality หรือ Must be Quality)เป็น คุณภาพที่ห้ามพลาด เพราะหากพลาดแล้วจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ลูกค้าทันที ระดับที่สอง คือ ระดับคุณภาพที่ลูกค้าเรียกร้อง(Requested Quality)เป็นคุณภาพที่ทำให้ดีดีมาก ลูกค้ายังพอใจมาก เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ ระดับที่สาม คือ ระดับคุณภาพที่สร้างความประทับใจ สุขใจ เหนือความคาดหมายของลูกค้า

จากการศึกษาของ Parasuraman และคณะ (อ้างถึงใน David A. Collier,1994)ได้เสนองานวิจัยเรื่อง แนวความคิดรูปแบบของคุณภาพในการบริการและการบอกแนวทางสำหรับการวิจัย ในอนาคต โดยได้จำแนกคุณภาพของการบริการเพื่อใช้เป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของงานบริการ ออกเป็น 10ด้าน ในการประเมินคุณภาพการบริการต่างๆโดยสร้างและใช้เครื่องมือแบบวัดคุณภาพ การบริการที่เรียกว่า SERVQUAL จากผลการวิเคราะห์ค่าทางสถิติและการหาค่าสหสัมพันธ์ ระหว่างมิติทั้ง 10 ด้าน พบว่าสามารถสรุปรวมมิติสำคัญที่บ่งชี้คุณภาพการบริการได้เพียง 5 ด้าน หลักเท่านั้น มีดังต่อไปนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรม ที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์

ต่าง ๆ วัสดุ และบุคคล ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นั้น ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าพนักงานมีความตั้งใจ ให้บริการเห็นภาพได้ชัดเจน

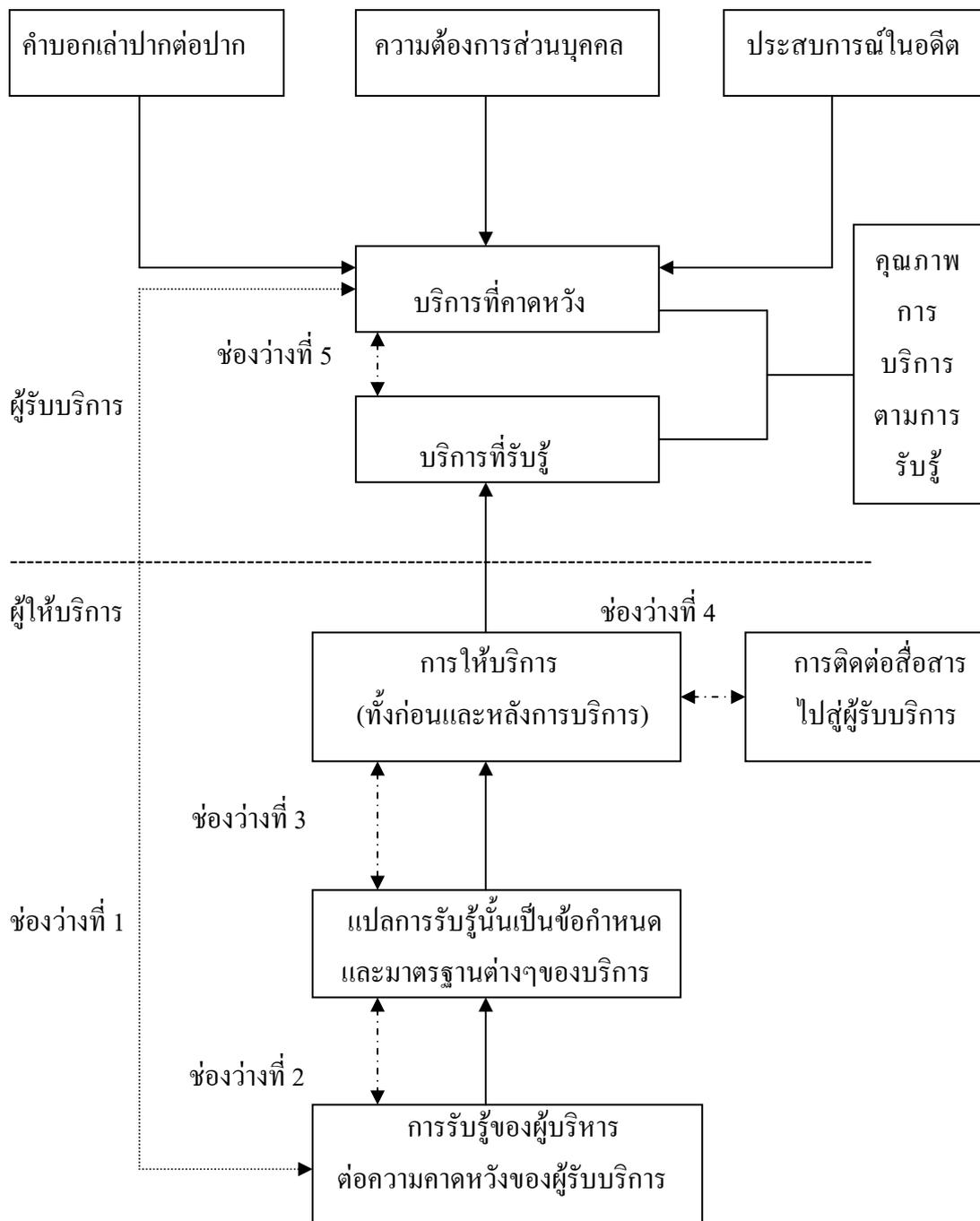
2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอแก่ลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ที่สามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจในงานบริการจากลูกค้า

3. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง พนักงานมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจและมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันที ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางให้การให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

จากการวิจัยของ(Parasuraman) และคณะพบว่า มีสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้การบริการมีคุณภาพสูงก็คือ การจัดการบริการให้ผู้รับบริการรับรู้ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ต้องไม่ให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ และการจัดการบริการให้มีคุณภาพนั้น จะต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการซึ่งมีขั้นตอนต่างๆที่สัมพันธ์กัน ซึ่งมีช่องว่าง (Gap) เกิดขึ้นระหว่างขั้นตอนต่างๆ ที่ทำให้บริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ประกอบด้วยช่องว่าง 5 ช่อง คือ



ภาพที่ 3 แผนภาพช่องว่างระหว่างการให้บริการกับการคาดหวังและการรับรู้  
 ที่มา: Parasuraman and Berry.

ช่องว่างที่ 1 เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ และการรับรู้ถึงความคาดหวังนั้นของผู้รับบริการ โดยทั่วไปผู้บริหารอาจไม่ทราบหรือรับรู้ถึงความต้องการ และความคาดหวังของผู้รับบริการทั้งหมด จึงทำให้บริการคลาดเคลื่อนไปจากความต้องการ

ช่องว่างที่ 2 เป็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารเรื่องความคาดหวังของผู้รับบริการ และกำหนดเป้าหมายด้านคุณภาพการบริการในอนาคต และการรับรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการและสร้างความพึงพอใจให้ผู้รับบริการ

ช่องว่างที่ 3 เป็นช่องว่างระหว่างลักษณะของคุณภาพของบริการที่ได้กำหนดไว้ และการให้บริการข้อมูลในขณะปฏิบัติงาน และการฝึกอบรม ซึ่งมีผลต่อการจัดบริการให้เป็นมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพตามที่ผู้บริหารกำหนดไว้

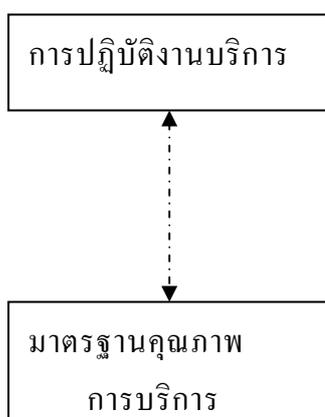
ช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างระหว่างการบริการที่ได้รับจริงและการสื่อสารที่ให้ผู้รับบริการได้รับรู้ข่าวสารหรือการประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับบริการได้ทราบข้อมูลต่างๆ โดยถ้าผู้ให้บริการประชาสัมพันธ์โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพเกินความเป็นจริงอาจจะมีผลทำให้ความคาดหวังของผู้รับบริการเคลื่อนไปจากบริการที่ได้รับจริง ผู้รับบริการก็จะรู้สึกผิดหวังและประเมินว่าบริการที่ได้รับนั้นด้อยคุณภาพ

ช่องว่างที่ 5 เป็นช่องว่างระหว่างการบริการที่ผู้มารับบริการรับรู้ และบริการที่ผู้มารับบริการคาดหวังไว้ การบริการที่ผู้มารับบริการรับรู้เป็นผลจากการบริการที่ให้และการสื่อสารให้ผู้รับบริการทราบ ความคาดหวังของผู้รับบริการนั้นก็เกิดจากบุคคลอื่น ความต้องการของตนเอง และประสบการณ์ในอดีตซึ่ง คุณภาพบริการนั้นจะขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ถ้าหากบริการที่จัดให้แล้วผู้รับบริการได้รับรู้ว่าดีกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ การบริการนั้นจะถูกจัดว่ามีคุณภาพ แต่หากการบริการที่รับรู้ด้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการก็จะประเมินว่าการบริการไม่ดีหรือไม่มีคุณภาพ

สามารถสรุปได้ว่า ขั้นตอนการรับรู้คุณภาพการบริการนั้นแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนที่เกี่ยวข้อง คือ ในส่วนของผู้ให้บริการจะประกอบไปด้วยการปฏิบัติงานบริการ และมาตรฐานต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ การรับรู้ของฝ่ายบริหารการบริการเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า และในส่วนของผู้รับบริการจะประกอบไปด้วย ความคาดหวังในการบริการ และการรับรู้การบริการใน

แต่ละชั้นตอนอาจเกิดช่องว่างระหว่างกันได้ ดังนั้นการที่จะทำให้เกิดคุณภาพในการบริการได้นั้น ต้องพยายามไม่ให้เกิดช่องว่างหรือลดช่องว่างที่เกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด

จากการรวบรวมเอกสารดังนั้น คุณภาพของการให้บริการที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ จากแนวคิด Parasuraman ในช่องว่างที่สาม คือ ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานคุณภาพการบริการกับการปฏิบัติงานบริการ



ภาพที่ 4 ช่องว่างระหว่างการปฏิบัติงานกับมาตรฐานคุณภาพการบริการ  
ที่มา: Parasuraman and Berry.

ผู้วิจัยให้ความสนใจในเรื่องของการลดความคลาดเคลื่อนที่สาม คือ คุณภาพการบริการที่กำหนดและบริการที่แท้จริง ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นช่องว่างของการปฏิบัติการบริการ(Service-Performance Gap) โดยสนใจในเรื่องของการคัดเลือกบุคลากรให้เหมาะสมกับงานบริการโดยได้จำแนกคุณภาพของการให้บริการเพื่อใช้เป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของการให้บริการออกเป็น 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า

จากความหมายของการรับรู้ข้างต้นเมื่อเป็นการรับรู้คุณภาพการบริการจึงหมายถึง การที่บุคคลมองเห็น และตีความความรู้สึกของตนเองจากเหตุการณ์ต่างๆ รวมถึงการให้บริการที่เกิดขึ้นจริง

## การประเมินคุณภาพการบริการ

หลักพื้นฐานจำเป็นต้องคำนึงถึงการสร้างคุณภาพการบริการก็คือ การจัดให้มีการประเมินมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ เพื่อพิจารณาว่ามาตรฐานที่กำหนดขึ้นนั้นมีความเหมาะสมถูกต้อง และสามารถปฏิบัติได้จริง หรือไม่เพียงใด โดยลำดับแรกของการประเมินจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์การประเมินให้ชัดเจน (วีรวัดน์, 2542) ได้เสนอวัตถุประสงค์ของการประเมินคุณภาพการบริการไว้ดังนี้

1. เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ( Information Gathering ) ซึ่งข้อมูลอาจจะอยู่ในรูปของข้อมูลเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณก็ได้ โดยวิธีการเก็บข้อมูลอาจจะทำได้โดยตรงหรือโดยอ้อม เช่น การสอบถามทัศนคติ การรับรู้ถึงระดับความพอใจของผู้ใช้บริการ รายได้สุทธิ เป็นต้น สำหรับข้อมูลเหล่านี้จะมาวิเคราะห์เพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจของฝ่ายบริหารในการดำเนินงานต่อไป เช่น ใช้เผยแพร่ให้พนักงาน และบุคคลที่เกี่ยวข้องได้รับทราบเพื่อเป็นข้อมูลป้อนกลับ ( Feedback ) ประกอบการพิจารณาค่าตอบแทนแก่พนักงานบริการ หรืออาจใช้เป็นข้อมูลในการวางนโยบายกลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กร เป็นต้น

2. เพื่อกำหนด คุณค่า ของกิจกรรมบริการต่างๆ ( Service Value Determination ) อันจะนำไปสู่การปรับปรุง พัฒนาการให้บริการ อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์การประเมินคุณภาพการบริการ ควรทำทั้งระบบโดยแยกเป็นคุณค่าในภาพรวม หรือด้านต่างๆ เช่น ด้านเทคโนโลยีเพื่อการบริการ ด้านระบบของการบริการ และด้านทรัพยากรมนุษย์ ตามวงจรของกระบวนการให้บริการ เพื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของแต่ละด้านของการบริการว่ามีคุณค่าเช่นไร เช่น การวางแผนเพื่อการให้บริการ การประสานงานระหว่างการให้บริการ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ความเหมาะสมของอุปกรณ์ สถานที่ตั้ง บรรยากาศ ระยะเวลาของการให้บริการ การฝึกอบรมพนักงานบริการ ขวัญ และกำลังใจของพนักงาน เป็นต้น โดยพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพที่คาดหวัง ( Quality Expected) และคุณภาพตามที่ได้รับรู้( Quality Perceived)ของการบริการที่ได้รับ (Service Received ) นั้นว่าเป็นเช่นไร

3. เพื่อการตัดสินใจ ( Decision Making ) เป็นการตัดสินใจในเชิงบริหารงานบริการด้วยการประเมินจุดเด่น จุดด้อย โอกาสและปัญหาของการบริการในเชิงมหภาค โดยอาศัยข้อมูลที่ได้

จากการศึกษา ประเมินเกี่ยวกับกิจกรรมการบริหาร ผลที่เกิดขึ้นและผลที่ได้รับ ภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งการที่มีข้อมูลที่มีคุณภาพ ถือเป็นข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจขององค์กร

4. เพื่อการตรวจสอบสมมติฐาน ( Hypothesis Testing ) เป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ เพื่อเพิ่มระดับความถูกต้องในการพยากรณ์ การอธิบายและควบคุมพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการบริการ เช่น หากสนใจศึกษาว่าลักษณะของการให้บริการ (Service Style ) ที่ผู้บริการได้รับมาจากการอบรม เกี่ยวกับความวัฒนธรรมหนึ่งๆ จะมีผลต่อคุณภาพการบริการอย่างไร ก็อาจจะศึกษาวิจัยโดยจำแนกการให้บริการเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ และด้านความรวดเร็วของการให้บริการ เป็นต้น

สรุปได้ว่าการประเมินคุณภาพการบริการ เป็นประโยชน์ต่อองค์กรและพนักงาน ช่วยให้ทราบผลการปฏิบัติงานบริการ เพื่อนำไปพัฒนาให้ดีขึ้น สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้ประโยชน์ จากการประเมินคุณภาพการบริการเพื่อการศึกษาวิจัย และองค์กรสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในด้านการบริหารทรัพยากร บุคคลต่อไป

### แนวคิดเกี่ยวกับโรงพยาบาลเอกชนและส่วนงานผู้ป่วยนอก

ประเภทของธุรกิจโรงพยาบาล โดยทั่วไปสถานพยาบาลในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

#### 1. แบ่งตามลักษณะการให้บริการ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

1.1 สถานพยาบาลทั่วไป (General Hospitals) มีลักษณะเป็น โรงพยาบาลขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก เปิดให้บริการรักษาพยาบาลในด้านต่างๆโดยไม่เฉพาะเจาะจงโรคใดโรคหนึ่ง แต่จะให้บริการหลายๆด้าน เช่น อายุรกรรม กุมารเวช จิตเวช สูติ-นรีเวช หู คอ จมูก จักษุ โรคผิวหนัง โรคภูมิแพ้ ศัลยกรรมทั่วไป สาขาอื่นๆเช่น กายภาพบำบัด บริการตรวจสุขภาพ เป็นต้น

1.2 สถานพยาบาลเฉพาะโรค (Specialize Hospitals) ให้บริการรักษาพยาบาลเฉพาะโรคใดโรคหนึ่ง เช่น โรงพยาบาลฟัน โรงพยาบาลตา นอกจากนี้ยังรวมถึงสถานพยาบาลที่ให้บริการ

เฉพาะโรคติดต่ออันตราย เช่น วัณโรค โรคจิตประสาท รวมทั้งสถานพยาบาลที่ให้บริการเฉพาะเกี่ยวกับสูติกรรม หรือสำนักผดุงครรภ์

**2. แบ่งตามลักษณะการบริหารงาน กรรมสิทธิ์ และกองทุนที่ได้รับการอุดหนุน** สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 สถานพยาบาลเอกชน(Private Hospitals or Profit Hospitals) เป็นสถานพยาบาลที่สร้างขึ้นโดยกลุ่มบุคคลร่วมลงทุน เพื่อให้บริการรักษาพยาบาลแก่ผู้ป่วย ขณะเดียวกันก็คิดค่าบริการด้วย ซึ่งประกอบไปด้วยสถานพยาบาลทั่วไป และรับรักษาเฉพาะโรคในรูปแบบของโรงพยาบาลและคลินิก ลักษณะการดำเนินงานจะเป็นรูปบริษัทจำกัด หรือห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยดำเนินธุรกิจเพื่อการแสวงหากำไร มีการเสียภาษีการค้า

2.2 สถานพยาบาลที่ก่อตั้งขึ้นจากมูลนิธิ องค์กรการกุศล หรือหน่วยงานที่ไม่ได้มุ่งแสวงหากำไร (Voluntary Hospitals or Non-Profit Hospitals) เป็นสถานพยาบาลที่ดำเนินการเพื่อให้บริการแก่ผู้ป่วย ให้บริการตรวจรักษาโดยไม่คำนึงถึงผลกำไรเป็นสิ่งตอบแทน มุ่งให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งดำเนินการทั้งในรูปแบบของโรงพยาบาลและคลินิก

จากการข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า การจำแนกประเภทโรงพยาบาลเอกชนสามารถจำแนกได้หลายวิธีด้วยกัน เช่น ตามลักษณะการให้บริการ ตามลักษณะการบริหารงาน สำหรับในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาโรงพยาบาลเอกชนที่แบ่งตามลักษณะการบริหารงานในกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนที่ประกอบกิจการในรูปแบบธุรกิจ (Private Hospitals or Profit Hospitals) เป็นสำคัญ

### ประเภทของบริการที่มีในธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

การให้บริการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชน เปิดให้บริการที่มีความแตกต่างกันไปตามขนาด วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาลเอกชนนั้นๆ สามารถสรุปประเภทของบริการที่ให้บริการในโรงพยาบาลเอกชนดังนี้(สุพัตรา, 2546)

ผู้ป่วยนอก(OPD : Out-Patient Department) ดูแลรักษาตรวจโรคทั่วไป เมื่อผู้ป่วยได้รับการตรวจรักษาแล้วสามารถกลับไปรับประทานยา หรือปฏิบัติตามคำสั่งแพทย์ที่บ้านได้ คือ

แผนกอายุรกรรม แผนกกุมารเวช แผนก หู ตา คอ จมูก แผนกทันตกรรม แผนกศัลยกรรม แผนก หัวใจ แผนกสูติ-นรีเวช แผนกจักษุวิทยา แผนกกายภาพบำบัด แผนกฉุกเฉิน แผนกจิตเวช

ผู้ป่วยใน ( IPD : In-Patient Department) ดูแลรักษา พยาบาลผู้ป่วยที่ต้องพักรักษาตัวที่ โรงพยาบาล หรือผู้ป่วยที่ต้องได้รับการดูแลจากแพทย์และพยาบาลอย่างใกล้ชิด เช่น ไอซียู ซีซียู เป็นต้น

การบริการหลังการรักษาพยาบาล(After Treatment Service) คือ แผนกการเงิน แผนกห้อง ยา

การต้อนรับ (Reception) คือ แผนกเวชระเบียน แผนกต้อนรับ แผนกรับโทรศัพท์ แผนก บริการผู้ป่วย เป็นต้น

สถานที่และบริการอื่นๆ (Other Service) คือ แผนกรักษาความสะอาด ที่จอดรถ เป็นต้น

### การรักษาพยาบาลในหน่วยงานผู้ป่วยนอก

การให้บริการรักษาพยาบาลในหน่วยงานผู้ป่วยนอก เป็นสิ่งสำคัญยิ่งของโรงพยาบาลที่ต้อง ดำเนินการจัดระบบบริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ มารับบริการ โดยทั่วไปในการให้บริการ จะแยกผู้ป่วยส่งตรวจกับแพทย์เฉพาะโรค เพื่อให้ ผู้ป่วยได้รับการรักษาที่ดีที่สุด

ตั้งแต่ผู้ป่วยและญาติเข้ามาในโรงพยาบาล เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องต้องให้การต้อนรับที่อบอุ่น แสดงมิตรไมตรีด้วยมารยาทและคำพูดที่สุภาพอ่อนโยน ผู้ป่วยควรได้รับการแนะนำและได้รับความกระจ่างเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ เช่น จะได้รับการตรวจรักษาอย่างไร จะใช้เวลานาน น้อยเท่าไร เพราะเหตุใด พนักงานผู้ช่วยพยาบาลจะต้องใช้ความสามารถในการคัดกรองอาการ เบื้องต้นว่ารุนแรงมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ควรสำรวจสภาพทางจิตใจและอารมณ์ของผู้ป่วยและ ญาติว่าอยู่ในภาวะอย่างไร เช่น กลัว กระวนกระวาย หรือวิตกกังวล เพราะข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ มองเห็นแนวทางในการรักษาได้อย่างเหมาะสมและครบถ้วนสมบูรณ์ขึ้น เพราะภาวะอารมณ์และ สภาพจิตใจจะส่งเสริมให้เผชิญหน้ากับอาการต่างๆ ได้ ดังนั้นจึงจำเป็นที่พนักงานผู้ช่วยพยาบาล

จะต้องเข้าใจเห็นใจ ตลอดจนปลอบใจและทำให้ผู้ป่วยทุเลาจากอาการแปรปรวนทางจิตใจและอารมณ์ด้วย

ในการตรวจบางครั้งก่อนแพทย์ตรวจวินิจฉัยโรคได้แน่นอนอาจต้องมีการตรวจร่างกายอย่างอื่นเพิ่มเติม เช่น ตรวจเลือด ปัสสาวะ เสมหะ หรือตรวจทางรังสีเทคนิค พนักงานผู้ช่วยพยาบาลจะต้องให้คำแนะนำชี้แจงแก่ผู้ป่วยและญาติให้ทราบและเข้าใจกระบวนการเหล่านี้พอสังเขป และต้องรีบติดตามผลการชันสูตรเพื่อช่วยให้การวินิจฉัยของแพทย์รวดเร็วขึ้น ก็จะทำให้สามารถให้การรักษาพยาบาลที่ถูกต้องเหมาะสมทันต่อเหตุการณ์ต่อไป ภายหลังจากตรวจรักษาแล้วจะต้องให้คำแนะนำให้ผู้ป่วยไปรับยา รวมทั้งวิธีการปฏิบัติตัวเมื่ออยู่ที่บ้าน ในรายที่จำเป็นต้องได้รับการรักษาอย่างต่อเนื่อง ต้องแจ้งกำหนดการนัดหมายและชี้แจงกรณีต้องมีการตรวจเพิ่มเติม เช่น ตรวจเลือดก่อนพบแพทย์ เพื่อให้ผู้ป่วยใส่ใจที่จะมารับการตรวจตรงตามเวลาที่นัดหมาย

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์

Salovey and Mayer(1990) เชื่อว่า สมรรถนะทางอารมณ์ เป็นพื้นฐานที่นำมาใช้กับ ความฉลาดทางสังคม ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่ามาจากปัญหาทางสังคม และเหตุการณ์ทางสังคม โน้มเอียงไปตามข้อมูลไปตามสภาวะ ยิ่งไปกว่านั้นสมรรถนะทางอารมณ์ไม่เพียงใช้ประยุกต์ได้กับแค่ประสบการณ์ทางสังคม แต่เป็นเหตุการณ์เฉพาะบุคคลได้ด้วย อันที่จริงแล้วนักวิจัยมีข้อโต้แย้งกันว่า การรู้ที่ประจักษ์ตนและลักษณะเฉพาะในการใช้ชีวิต ถูกกำหนดให้เป็นตัวของมันเองอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีประสบการณ์ทางอารมณ์เป็นตัวกระทำ (Showers and Kling, 1996) ดังนั้นความฉลาดทางอารมณ์เป็นจุดที่น่าสนใจมากกว่าความฉลาดทางสังคม สอดคล้องเป็นอย่างยิ่งกับปรากฏการณ์ทางอารมณ์ การนำไปประยุกต์ใช้โดยตรงในภาพกว้าง กับปัญหาทางอารมณ์ต่างๆ ซึ่งฝังลึกทั้งส่วนของประสบการณ์ระหว่างบุคคลอื่นและประสบการณ์ของตัวเอง (Salovey and Mayer, 1990)

ความฉลาดทางอารมณ์หรือความสามารถในการรับรู้และแสดงอารมณ์ การจัดการกับอารมณ์ของตนเอง จะทำได้มากขึ้นเป็นลำดับเมื่อเจริญเติบโตขึ้น (Mayer and Salovey, 1997; Salovey and Meyer, 1990) ตามนิยามคำว่าความฉลาดทางอารมณ์โดยสมรรถนะเชิงพิเศษของมัน ในขณะที่ตัวมันเองต้องเผชิญกับขีดความสามารถในการรับรู้ การประเมินค่า และแสดงออกทางด้านอารมณ์ที่ถูกต้อง ทั้งนี้ความสามารถในการเข้าถึงและเริ่มต้นก็ต้องใช้กระจายเริ่มต้น

ความรู้สึกเมื่อมันเข้าได้กับความรู้สึก ความสามารถในการทำความเข้าใจกับข้อมูลที่โอนเียงตามผลกระทบและใช้ประโยชน์จากความรู้ทางด้านอารมณ์และ ความสามารถในการกำหนดกฎเกณฑ์อารมณ์เพื่อสนับสนุนการเจริญเติบโตทางด้านอารมณ์และทางด้านสติปัญญา รวมถึงความเป็นอยู่ที่เจริญมั่งคั่งด้วย

### ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์

ซึ่งหากพิจารณาให้ดีแล้วจะเห็นว่าความฉลาดทางอารมณ์ เป็นกระบวนการของจิตในการบริหารจัดการอารมณ์ของตนและของผู้อื่นให้เกิดประโยชน์ในการสร้างสรรค์ ตัวอย่างเช่น

Cooper and Sawaf (1997) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่า หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการที่จะรับรู้เข้าใจ และประยุกต์ใช้พลังการรู้จักอารมณ์ เป็นรากฐานของพลังงาน ข้อมูล การสร้างสายสัมพันธ์เพื่อการโน้มน้าผู้อื่นได้

Goleman (1995) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ไว้ว่า หมายถึงความรู้สึกที่ประกอบจากความคิดเฉพาะตน เป็นภาวะทางจิตใจและชีววิทยา เป็นวิสัย แนวโน้มที่จะแสดงออก

Goleman (1998) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่า หมายถึง ความสามารถในการตระหนักรู้ถึงความรู้สึกของตนเอง และของผู้อื่นเพื่อการสร้างแรงจูงใจในตัวเองบริหารจัดการอารมณ์ต่างๆ ของตน และอารมณ์ที่เกิดจากความสัมพันธ์ต่างๆ ได้

Mayer and Salovey (1997) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ไว้ หมายถึง ความสามารถในการรับรู้ ประเมิน และแสดงอารมณ์ออกมาได้อย่างเหมาะสม เข้าถึง และ/หรือ สร้างความรู้สึกที่ดี ที่เกื้อกูลความคิดได้เข้าใจอารมณ์และกระบวนการของอารมณ์ได้ดี คิดใคร่ครวญ และควบคุมภาวะอารมณ์ได้ดี ในทางที่ส่งเสริมความเจริญงอกงามของสุขภาพจิตและเชาว์ปัญญา

Salovey and Mayer ( 1990 ) ให้ความหมายของความฉลาดอารมณ์ว่า หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการที่จะไหวพือทันในความคิด ความรู้สึกและภาวะอารมณ์ของตนเอง และผู้อื่นได้ นอกเหนือจากการติดตามกำกับควบคุมได้แล้ว บุคคลพึงรู้จักจำแนกแยกแยะ และใช้

ข้อมูลเหล่านี้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อชี้้นำความคิดและการกระทำของตนเอง จะเห็นว่า ความหมาย เช่นนี้สอดคล้องกับสติและสัมปชัญญะในพระพุทธศาสนาความฉลาดทางอารมณ์ เป็นเรื่องของการบริหารจัดการความรู้สึกและอารมณ์ภายในตน ( Intrapersonal Emotional Management ) และการบริหารจัดการอารมณ์ของตนในการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างตนกับผู้อื่น ( Interpersonal Relationship ) ความฉลาดทางอารมณ์ เป็นเรื่องของความฉลาด รู้จักใช้อารมณ์ของตนสนองเป้าหมายของการทำงานและชีวิตประจำวัน

เทอดศักดิ์ (2545) ให้ความหมายของอารมณ์ว่า หมายถึงความสามารถทางอารมณ์ในการเรียนรู้และเข้าใจตนเอง เข้าใจเห็นใจผู้อื่น มีความมุ่งมั่น อดทนรอคอยเพื่อไปยังเป้าหมายมองโลกในด้านที่เป็นบวก และรู้จักการจัดการกับปัญหาและความขัดแย้งของตนเองได้

พระธรรมปิฎก(ป.อ.ปยุตโต) (2543) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ไว้ว่า หมายถึงสภาพจิต ที่โยงไปถึงพฤติกรรมในความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม เพราะอารมณ์หรือสภาพจิตนั้นอาศัยพฤติกรรมเป็นช่องทางสื่อสารแสดงออก เมื่ออารมณ์หรือสภาพจิตได้รับการดูแลพัฒนา ชี้อ่อน นานาทาง ขยายขอบเขตและปลดปล่อยด้วยปัญญา ให้สื่อสารแสดงออกอย่างได้ผลดี ด้วยพฤติกรรมทางกาย วาจา ก็นับได้ว่าระบบความสัมพันธ์แห่งพฤติกรรม จิตใจ และปัญญา เข้ามาประสานกัน บรรจบเป็นองค์รวมซึ่งเมื่อดำเนินไปอย่างถูกต้องก็จะอยู่ในภาวะสมดุล ให้เกิดผลดีทั้งแก่ตนและคนอื่น ตลอดถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งหมด

พระราชวรมุณี(ประยูร ธรรมจิตโต)(2543) ให้ความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ว่า หมายถึงการใช้ปัญญากำกับอารมณ์ที่ออกมาให้มีเหตุผล เป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกออกมาในแต่ละสถานการณ์ โดยถือว่าอารมณ์หรือความรู้สึกนั้นเป็นพลังให้เกิดความประพฤติ ซึ่งถ้าพลังขาดปัญญากำกับก็เป็นพลังบอด ปัญญาจึงเป็นตัวที่จะกำกับชีวิตของเราให้การแสดงออกไปในทางถูกต้อง ซึ่งถ้าพิจารณาในความหมายนี้ ทั้งความสามารถทางเชาวน์ปัญญาและความสามารถทางอารมณ์มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

จากการทบทวนเอกสารจึงสรุปได้ว่า ความฉลาดทางอารมณ์ คือ ความสามารถในการตระหนักถึง ความรู้สึกและภาวะอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น ได้บริหารจัดการอารมณ์ต่างๆของตน และแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมได้

## องค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์

### แนวคิดของความฉลาดทางอารมณ์ Salovey and Mayer

Salovey and Mayer ( 1990 อ้างถึงในวิระวัฒน์, 2545) เชาวอารมณ์ประกอบด้วยความสามารถที่ปรับได้ 3 ประการ คือ การประเมินและการแสดงอารมณ์ การจัดระบบอารมณ์ และการใช้ประโยชน์ของอารมณ์ในการแก้ปัญหา

#### 1. ขั้นรู้จักภาวะอารมณ์ของตน

ขั้นรู้จักตน (Emotional Awareness) การประเมินอารมณ์ได้อย่างถูกต้อง และแสดง ออกได้อย่างเหมาะสม การที่บุคคลสามารถรับรู้ ระบุ และจำแนกภาวะอารมณ์ที่เกิดกับตน ได้ เป็นปัจจัยนำที่เอื้อต่อความสามารถในการปรับตัวการแสดงออกทางอารมณ์ได้อย่างดี

#### 2. ขั้นควบคุมอารมณ์

ขั้นควบคุมอารมณ์ดูแลภาวะอารมณ์(Regulation of Emotion) ของตนเองและของผู้อื่น ได้ อย่างถูกต้องเหมาะสมตามกาลเทศะ

#### 3. ขั้นใช้เชาวอารมณ์

ขั้นความสามารถใช้ประโยชน์(Utilization of Emotion) จากภาวะอารมณ์ของตนต่างกันในการแก้ปัญหา หรือช่วยในการปรับตัว หากอารมณ์มีส่วนช่วยให้เกิดภาวะสร้างสรรค์ และการคิดอย่างมีเหตุผลในการแก้ไขปัญหา

Mayer and Salovey (1997) ได้เสนอโมเดลที่ปรับปรุงใหม่ โดยเน้นด้าน ปัญญา ของเชาวอารมณ์ และพยายามอธิบาย ความฉลาดทางอารมณ์ในนัยของศักยภาพ เน้นบทบาทของอารมณ์ที่มีบทบาทเข้ามาจัดลำดับและชี้นำความคิดของมนุษย์ให้มุ่งสู่ข้อมูลสำคัญที่เราใส่ใจ (Emotions Prioritize Thinking by Directing Us to Important Information ) เสนอว่าความฉลาดทางอารมณ์ น่าจะประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ (Perception) การประเมิน (Appraisal) และการแสดงออก (Expression) ซึ่ง  
อารมณ์

1.1 ความสามารถในการระบุภาวะอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของตนเองได้

1.2 ความสนใจในการระบุภาวะอารมณ์ของผู้อื่นได้

1.3 ความสามารถในการแสดงอารมณ์ได้อย่างถูกต้อง แสดงความต้องการ  
ได้ตรงกับความรู้สึกได้อย่างเหมาะสม ถูกกาลเทศะ

1.4 ความสามารถในการจำแนกความรู้สึกต่างๆออกได้ว่า ถูกต้อง-ไม่ถูกต้อง จริง  
หรือไม่จริง

2. การเกื้อหนุนการคิดของอารมณ์

2.1 ความรู้สึก/อารมณ์ช่วยจัดลำดับความสำคัญหรือช่วยในการจัดลำดับความสำคัญ

2.2 อารมณ์ที่ชัดเจนพร้อมที่จะเกื้อหนุนจิตใจ และจดจำความรู้สึกต่างๆได้ดี

2.3 อารมณ์/ความรู้สึกที่เปลี่ยนไป ทำให้ความคิดและจุดยืนเปลี่ยนไปจากแง่บวกเป็นแง่  
ลบ จากการคิดแง่เดียวมมเดียว เป็นคิดได้หลายด้าน

2.4 ภาวะอารมณ์ต่างๆทำให้คิดหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆได้ดีขึ้น รู้สึกเป็นสุข  
ทำให้จิตใจเปิดกว้าง รับฟังเหตุผล มีความคิดสร้างสรรค์

3. การเข้าใจ การวิเคราะห์และการใช้ความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์

3.1ระบุความรู้สึก อารมณ์ เห็นความเชื่อมโยงระหว่างอารมณ์กับถ้อยคำต่างๆได้

3.2 ตีความหมายของอารมณ์ ที่เกิดขึ้นได้ อันสืบเนื่องจากอารมณ์หนึ่งได้

3.3 เข้าใจอารมณ์ที่ซับซ้อนได้ เกิดความรู้สึกหลายอย่างในเวลาไล่เลี่ยกัน ทั้งรักทั้งเกลียด

3.4 เข้าใจความผันแปรของภาวะอารมณ์ต่างๆ การแปรเปลี่ยนจากความโกรธมาเป็น ความพึงพอใจ หรือความโกรธมาเป็นความละอายใจ

4. การคิดใคร่ครวญและการควบคุมอารมณ์ของตน เพื่อพัฒนาความงอกงามด้านสติปัญญา และอารมณ์ต่อไป ซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการที่สูงที่สุด

4.1 เปิดรับความรู้สึกทางบวกและทางลบที่รื่นรมย์ และที่ไม่รื่นรมย์ได้

4.2 เมื่อคิดใคร่ครวญให้ดีแล้ว สามารถยึดถือ ปลดปล่อย ตนจากภาวะอารมณ์ ความรู้สึก อันใดอันหนึ่งได้ โดยพิจารณาจากข้อมูลที่ได้รับ และความเป็นประโยชน์

4.3 คิดอย่างพินิจ พิจารณา ถึงภาวะอารมณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง และผู้อื่นถึงเห็น ได้ว่า ความรู้สึกเหล่านั้น ชัดเจน คงอยู่ มีเหตุผล และส่งผลต่อการปฏิบัติตน

4.4 บริหารจัดการภาวะอารมณ์ของตนและคนอื่นได้ ลดความรุนแรงของอารมณ์ทางลบได้ ลดความรุนแรงของอารมณ์ทางลบได้ แสดงออกอารมณ์ทางบวก โดยไม่บิดเบือน หรือมี กลวิธีในการป้องกันตัวเองมากเกินไป

Salovey and Mayer เห็นว่ากระบวนการของความฉลาดทางอารมณ์ ควรพัฒนาจากขั้นแรกๆ ซึ่งง่ายและไม่ซับซ้อน ไปสู่กระบวนการของจิตใจ จะเห็นได้ว่าในแต่ละขั้นจะมีขีดความสามารถของความฉลาดทางอารมณ์ 4 ระดับ จากง่ายไปสู่ยาก

## แนวคิดความฉลาดทางอารมณ์ของGoleman

Goleman(1995)ได้เสนอความฉลาดทางอารมณ์ไว้ 5 องค์ประกอบ คือ

1. **ขั้นตระหนักรู้จักอารมณ์ตน (Know One Emotion)** การตระหนักรู้จักตน (Self Awareness) เข้าใจยังรู้ความเปลี่ยนแปลงในอารมณ์ ภาวะอารมณ์ความต้องการของตนในแต่ละห้วงแลสถานการณ์ ผู้ที่รู้จักตนเอง และเอาชนะตนเองได้เป็นผู้ที่ฉลาดที่สุด
2. **ขั้นบริหารจัดการอารมณ์ของตน(Managing Emotions)** เป็นความสามารถที่จะควบคุมจัดการกับความรู้สึก หรือภาวะอารมณ์ที่เกิดขึ้น ได้เหมาะสมและชาญฉลาด โดยเสริมสร้างจากภาวะที่ตระหนักรู้ในอารมณ์ของตน
3. **ขั้นสร้างแรงจูงใจที่ดีให้แก่ตนเองได้(Motivating Oneself)** เป็นความสามารถในการกระตุ้นตนเองให้คิดริเริ่ม มีความคิดสร้างสรรค์ผลักดันตนเองให้มุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ จะนำมาซึ่งความสำเร็จ สามารถอดทนรอได้ ผู้ที่สามารถทำได้ดังนี้ถือเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในงาน มุ่งสู่เป้าหมายอย่างมีพลังของความตั้งใจมั่น มองอะไรที่ไม่ยึดติด กับเงิน ผลประโยชน์ หรือตำแหน่ง
4. **ขั้นความสามารถรับรู้อารมณ์ของผู้อื่นได้(Recognizing Emotions in Others)** ความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรา รู้เท่าทันความรู้สึก ความต้องการ ความวิตกกังวลของผู้อื่นได้อย่างชาญฉลาด มีไหวพริบ มีความสำคัญต่อบางอาชีพ เช่น งานที่เกี่ยวกับการพยาบาล การขาย การสอน และการบริหารจัดการ
5. **ความสามารถในการจัดการความสัมพันธ์กับผู้อื่น(Handle Relationships)** ความสามารถในการสร้างและรักษาเครือข่ายสายสัมพันธ์ส่วนตัวและที่เกี่ยวกับงานไว้ ซึ่งมี ความสำคัญเป็นอย่างมาก ความสามารถในการเจรจาแก้ปัญหา การสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว และ เป็นผู้นำที่สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางสังคมได้เป็นอย่างดี

Goleman (1998) ได้ปรับปรุงแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์อย่างละเอียดมากขึ้น และสร้างกรอบแนวความคิดของความฉลาดทางอารมณ์ (The Emotional Competence Framework) โดยแบ่งเป็น 2 หมวด 5 องค์ประกอบ ดังนี้

## 1. สมรรถนะส่วนบุคคล การบริหารจัดการตนเอง

1.1 การตระหนักรู้อารมณ์ของตนเอง (Self-Awareness) คือ การที่บุคคลรู้ว่าตนกำลังรู้สึกอย่างไรในขณะนั้น สามารถบอกความรู้สึกของตนเองได้อย่างถูกต้องและเปิดเผย รู้ว่าการเกิดอารมณ์ของตนเองมีสาเหตุมาจากอะไร และส่งผลต่อตนเอง ผู้อื่นและการปฏิบัติงานอย่างไร รู้สาเหตุของความวิตกกังวล ความคับข้องใจ มีสติรู้ตัวตลอดเวลา รู้จุดเด่น จุดด้อยของตนเอง มีความมั่นใจในตนเองสามารถตัดสินใจคุณค่าของสิ่งต่างๆ ได้อย่างมั่นใจ

1.2 การจัดการกับอารมณ์ของตนเอง (Self-Regulation) คือ ความสามารถในการควบคุมอารมณ์และแรงกระตุ้นได้อย่างเหมาะสม สามารถคิดได้อย่างเหมาะสม สามารถคิดอย่างมีเหตุผล ขอมรับและก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ใช้คำพูดอย่างระมัดระวังและเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ ขอมรับความล้มเหลวและหาทางออกได้อย่างมีเหตุผล

1.3 การจูงใจตนเอง (Motivation) คือ การใช้พลังความรู้สึกภายในเพื่อเป็นตัวกระตุ้นเตือนให้คนทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ โดยไม่นึกถึงแรงจูงใจภายนอก เช่น เงิน หรือสิ่งตอบแทนอื่นๆ มีความพอใจที่จะทำให้อุดมคติขึ้นกว่าเดิม สามารถสร้างทางเลือกใหม่ในการทำงานที่จะสามารถนำไปสู่เป้าหมายที่ดี มองโลกในแง่ดี ไม่ท้อถอยต่ออุปสรรคและความล้มเหลว

## 2. สมรรถนะทางสังคม การสร้างและรักษาความสัมพันธ์

2.1. การเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น (Empathy) คือ การรับรู้ถึงความรู้สึก ความต้องการของผู้อื่น สามารถรับรู้ สนใจและเข้าใจในแง่คิด ทัศนคติของผู้ที่อยู่รอบข้าง ตัดสินใจทำอะไรโดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น ไม่ใช่ความคิดของตนเป็นหลัก

2.2. การมีทักษะทางสังคม (Social Skill) คือ ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น สามารถเป็นมิตรกับบุคคลได้ทุกประเภท มีความสามารถในการพูดโน้มน้าวชักจูงให้ผู้อื่นคล้อยตามกับสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เสริมสร้างความร่วมมือในการทำงานและความสามัคคีในหมู่คณะสามารถทำให้ผู้ที่อยู่รอบข้างมีความสุข

## แนวคิดความฉลาดทางอารมณ์ของ Weisinger

Weisinger (1998) ได้แบ่งความฉลาดทางอารมณ์ออกเป็น 2 ส่วนคือ

### 1. ความฉลาดทางอารมณ์ภายในตน (Increasing Management Scales)

1.1 การพัฒนาการตระหนักรู้ในตัวเอง (Developing High Self-Awareness)

1.2 การบริหารกับอารมณ์ของตน (Managing Your Emotional)

1.3 การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง (Motiving Yourself)

### 2. การใช้ความฉลาดทางอารมณ์ในการรักษาสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Using Your Emotional Intelligence in Your Relation with Other)

2.1 การพัฒนาทักษะการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Developing Effective Communication Skills)

2.2 การพัฒนาสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Developing Interpersonal Expertise)

2.3 การช่วยเหลือผู้อื่นให้ช่วยเหลือตัวเองได้ (Helping Others Themselves)

จากแนวคิดของ Weisinger (1998) สรุปได้ว่า ความฉลาดทางอารมณ์แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดทางอารมณ์เฉพาะบุคคลคือ การพัฒนาการตระหนักรู้ในตัวเอง การบริหารกับอารมณ์ของตน การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง อีกส่วนจะเป็น การใช้ความฉลาดทางอารมณ์ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น คือ การพัฒนาทักษะการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การช่วยเหลือผู้อื่นให้ช่วยเหลือตัวเองได้

## แนวคิดของกรมสุขภาพจิต

กรมสุขภาพจิตได้พัฒนาแนวคิดเรื่อง ความฉลาดทางอารมณ์ ที่ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 3 ประการคือ

1. ความดี
2. ความเก่ง
3. ความสุข

ดี หมายถึง ความสามารถในการควบคุมอารมณ์และความต้องการของตนเอง รู้จักเห็นใจผู้อื่น และมีความรับผิดชอบต่อส่วนร่วม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เก่ง หมายถึง ความสามารถในการรู้จักตนเอง มีแรงจูงใจ สามารถตัดสินใจ แก้ปัญหาและแสดงออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

สุข หมายถึง ความสามารถในการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุข มีความภูมิใจในตนเองพอใจในชีวิต และมีความสุขสงบทางใจ

สรุปได้ว่าความฉลาดทางอารมณ์ของกรมสุขภาพจิตหมายถึง หมายถึง เข้าใจตนเอง และเข้าใจผู้อื่นได้ และแสดงออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ความสำคัญและประโยชน์ของความฉลาดทางอารมณ์

จากผลงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่านในโลกตะวันตก ไม่ว่าจะเป็นของ Salovey and Mayer โครงการ Sommerville Study หรือการวิจัยคลาสสิกที่มีชื่อว่า "Marshmallow Studies" ของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ฯลฯ ก็พิสูจน์ออกมาแล้วว่าความฉลาดทางอารมณ์คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนเราประสบความสำเร็จในชีวิต คนที่มีปัญหาพฤติกรรมไม่ว่าเด็กหรือผู้ใหญ่มักเกิดจากการขาดความฉลาดทางอารมณ์ทั้งสิ้น เช่น การประทุษร้ายผู้อื่นเพราะควบคุมอารมณ์ไม่ได้ การฆ่าตัวตาย การแสดงอารมณ์ออกมาอย่างไม่เหมาะสม ขาดมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ขาดความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจคนอื่น ขาดแรงจูงใจที่จะทำอะไรให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งล้วนแต่ทำให้ไม่สามารถอยู่ร่วมกับ

คนอื่นได้อย่างราบรื่น และมักนำไปสู่ความล้มเหลวได้ง่ายลักษณะของคนขาดความฉลาดทางอารมณ์สามารถพบเห็นได้ในสังคมทั่วไป

วีระวัฒน์ (2545) ได้เสนอประโยชน์ที่เกิดจากการนำหลักของความฉลาดทางอารมณ์ไปใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงานในหน้าที่ประจำดังนี้

พัฒนาการด้านอารมณ์ บุคลิกภาพของเด็ก ความฉลาดทางอารมณ์มีบทบาทในการกำหนดบุคลิกภาพที่พึงปรารถนา สร้างวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่เจริญสมวัย สร้างความสามารถในการปรับตัว ในการแก้ปัญหาความเครียดและแรงกดดันของชีวิต ในภาวะการแข่งขันได้ดี

การสื่อสาร การแสดงความรู้สึก อารมณ์ของตนเอง ได้อย่างถูกต้องตามกาลเทศะ เข้าอกเข้าใจความรู้สึกผู้อื่น ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์ยังยิ้มได้แม้ในใจรู้สึกเศร้า รับฟังปัญหาของผู้อื่นได้อย่างตั้งใจ ไม่รู้สึกแปลกแยกเพื่อนมนุษย์จากธรรมชาติและจากชีวิตของตนเอง

การปฏิบัติงาน ความฉลาดทางอารมณ์ เกื้อหนุนการยอมรับ ความคิดริเริ่ม ก่อให้เกิดการสร้างผลผลิตที่สนองเป้าหมาย ลดการลา ขาดงานหรือย้ายงาน เนื่องจากข้อขัดแย้งระหว่างบุคคลลง เสริมสร้างการทำงานที่ประสานสัมพันธ์กันให้มากขึ้น การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การมีความฉลาดทางอารมณ์ที่ดีในการทำงาน ทำให้เราเคารพความคิดเห็นผู้อื่น เอาใจเขามาใส่ใจเรา มีความสามารถปรับตัว-ปรับใจรับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี

การให้บริการ ความฉลาดทางอารมณ์ก่อให้เกิดการทำความรู้จักลูกค้า รับฟังความต้องการของลูกค้า และตอบสนองได้ดี สร้างความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของหน่วยงาน

การบริหารจัดการ ความฉลาดทางอารมณ์ช่วยส่งเสริมอัจฉริยภาพของความเป็นผู้นำที่มีศิลปะในการรู้จักคนและครองใจคนได้ เปิดโอกาสให้ผู้บริหาร ได้เรียนรู้ และพัฒนาตนเองสามารถโน้มน้าวให้ผู้อื่นทำตามในสิ่งที่ตนเองต้องการได้สำเร็จ ผู้บริหารที่มีความฉลาดทางอารมณ์ จะเป็นผู้ที่พูดและการกระทำตรงกัน ผู้บริหารที่ดี มักจะกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม ถูกกาลเทศะ

การเข้าใจชีวิตตน และของผู้อื่นความฉลาดทางอารมณ์เป็นเรื่องของการศึกษาทำความเข้าใจตน การมองเข้าไปในตนก่อนทำความเข้าใจผู้อื่น เมื่อเข้าใจตน เข้าใจคนอื่น การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน จึงเป็นการมุ่งใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ ชีวิตครอบครัวก็จะมีความสุขด้วยความเข้าใจกัน

### คุณลักษณะของผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์

วีระวัฒน์(2545)ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์ คือ ผู้ที่

1. รู้จักตนเอง รู้เท่าทันภาวะอารมณ์ของตน รู้จุดเด่นด้อยในความเป็นตัวของตัวเอง
2. ควบคุมอารมณ์ ความรู้สึก การแสดงออกของตนเองได้ให้ถูกกับกาลเทศะ ปรับตัวองให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี
3. สามารถสร้างแรงจูงใจที่ดีให้แก่ตนเอง มองโลกในแง่ดี มีความคิดริเริ่ม ไม่ท้อถอยง่ายๆ
4. แสดงความเอื้ออาทร เห็นอกเห็นใจผู้อื่น ตระหนักรู้ในความรู้สึกความต้องการของผู้อื่น ได้ดี สร้างและรักษาสายสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ได้
5. มีทักษะทางสังคมที่ดี ทั้งนี้เป็นผลมาจากการพัฒนาการในขั้นแรกๆ ที่ทำให้ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงสามารถเข้ากับผู้อื่นได้ดี มีมารยาท มีอารมณ์ขันสามารถแก้ไขเหตุการณ์ เฉพาะหน้าต่างๆ ได้เป็นอย่างดี มีไหวพริบสร้างความร่วมมือร่วมใจจากคนหลายๆ ฝ่ายได้

จากการศึกษาแนวความคิดของทฤษฎีต่างๆ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนว ความคิด ความฉลาดทางอารมณ์ ของ Goleman(1998) มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม เนื่องจากทฤษฎีของ Goleman ได้สรุปรวบรวมแนวคิดเรื่องความฉลาดทางอารมณ์จากนักทฤษฎีหลายท่านมีการปรับปรุงให้เกี่ยวข้องกับการทำงาน และมีความสอดคล้องกับแนวคิดของคุณภาพของการให้บริการเนื่องจากการให้ความสำคัญกับทักษะทางสังคม ทำให้การเสนอแนวคิดของ Goleman มีความครอบคลุมเพียงพอที่จะนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามวัดระดับความฉลาดทางอารมณ์ของผู้ให้บริการในงานวิจัยครั้งนี้

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่ออาชีพ

### ความหมายของทัศนคติ

Allport (1967) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า คือสภาวะความพร้อมทางความคิด ความรู้สึก ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ของบุคคล และมีอิทธิพลในการกำหนดทิศทางที่มีต่อเหตุการณ์ต่างๆ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้อง ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นส่วนหนึ่งในบรรดางค์ประกอบต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รวมทั้งความเชื่อ ความรู้สึกต่อสิ่งนั้น

Belkin and Skydell (1979 อ้างถึงใน ปรียาพร, 2545) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า เป็นแนวโน้มที่บุคคลจะตอบสนองในทางที่พอใจ ไม่พอใจต่อสถานการณ์ต่างๆ

Greenberg and Baron (1995) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า คือ การรวมกันขององค์ประกอบ 3 ด้านคือ ความรู้สึก ความเชื่อ และแนวโน้มของพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Gary (2000) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า คือความรู้สึกของบุคคลที่ค่อนข้างมั่นคงถาวร และแสดงออกอย่างคงเส้นคงวาต่อวัตถุ สิ่งของ สถานการณ์ บุคคล หรือเรื่องราวของบุคคล

Lussier (1999) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า คือ ความเชื่อหรืออารมณ์ที่มีต่อคน สิ่งของ หรือสถานการณ์

Milton (1972) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า เป็นการผสมผสานหรือจัดระเบียบ ความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

Schermerhom (2000) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า คือ การวางแนวความคิด ความรู้สึก ให้ตอบสนองในทางบวกหรือลบต่อคนหรือสิ่งของ

ประภาเพ็ญ (2526) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า เป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่นบุคคล สิ่งของ การกระทำ สภาพการณ์ และอื่นๆ รวมถึงท่าทีที่แสดงออก ที่บ่งถึงสภาพของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

นพมาศ (2539) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า คือสิ่งที่เรามีอยู่ในใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดอะไรเป็นสิ่งที่คาดหวัง และอะไรเป็นสิ่งที่ต้องการหรือหมายเอาไว้ในใจ

ปรียาพร (2545) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า เป็นเรื่องความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ ความลำเอียง ความคิดเห็นที่ฝังใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มักจะเกิดเมื่อบุคคลรับรู้ และประเมินค่าสิ่งนั้น

สรุปได้ว่า ทัศนคติหมายถึง ความรู้สึก ที่เกิดขึ้นจากการรับรู้สิ่งเร้าต่างๆ ทำให้เกิดความเชื่อ ซึ่งใช้อารมณ์เข้าร่วมในการตัดสินใจ เมื่อมีการพิจารณาตัดสินใจว่าชอบหรือไม่ชอบแล้ว จะส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมในการแสดงพฤติกรรมได้รับอิทธิพลหลักมาจากองค์ประกอบด้านความรู้สึกมากกว่า องค์ประกอบด้านความรู้ ทัศนคติเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะคงทนถาวรเปลี่ยนแปลงได้ยาก และไม่สามารถวัดทัศนคติได้โดยตรงต้องวัดจากพฤติกรรมที่แสดงออกมา

### องค์ประกอบของทัศนคติ

ทัศนคติเหมือนกับค่านิยม ในแง่ที่เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง แต่สามารถหยั่งได้จากการกระทำ ทัศนคติอยู่ในฐานะความพร้อมทางจิตใจที่แฝงอยู่ระหว่างความคิดและการกระทำ ซึ่งเป็นแนวโน้มหรือแรงจูงใจให้เกิดการแสดงออกในสังคมหรือสภาพแวดล้อม โดยอยู่ภายใต้ขอบข่ายความดีงามหรือความเลวที่สังคมกำหนดไว้ ทัศนคติมีองค์ประกอบ 3 ประการ (วัฒนา, 2534)

1. องค์ประกอบด้านความคิด(Cognitive Component) ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ความคิดรวบยอด หรือการรับรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นแง่ดีหรือไม่ดี เช่น ถ้าเรารับรู้ว่าคอมมิวนิสต์ดีหรือไม่ดีอย่างไร ก็จะทำให้เราเกิดทัศนคติในทำนองนั้นต่อคนที่เห็นคอมมิวนิสต์ได้

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก(Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึก ส่วนบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากองค์ประกอบแรก เช่น เกลียด รัก ชอบ ความรู้สึกนี้อาจจะแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง เมื่อเขาได้เห็นหรือกล่าวถึงสิ่งนั้น

3. องค์ประกอบด้านความโน้มเอียงของพฤติกรรม (Action Tendency Component) เป็นความพร้อมหรือแนวโน้มเอียงที่จะมีการกระทำต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ทั้งนี้หมายถึงแนวปฏิบัติที่จะแสดงออกโดยไม่ฝักใฝ่ต่อความคิด และความรู้สึกในองค์ประกอบข้างต้น

ทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งต้องประกอบด้วยทั้งสามองค์ประกอบข้างต้นเสมอ แต่อาจมีปริมาณมากน้อยแตกต่างกันไปได้ โดยทั่วไปบุคคลมักแสดงพฤติกรรมในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติที่มีอยู่

### การเกิดทัศนคติ

Foster (1952) สรุปมูลเหตุสำคัญ 2 ประการที่เกี่ยวกับการเกิดทัศนคติดังนี้

1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีกับสิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์ จากการที่บุคคลได้คุ้นเคย ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์ตรงหรืออาจเกิดจากประสบการณ์ทางอ้อม เช่น การเห็นรูป การอ่าน การฟังเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ บุคคลจะไม่มีทัศนคติต่อสิ่งใดเลย หากไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ มาก่อน เพราะทัศนคติเป็นเรื่องของการรับรู้

2. ค่านิยมที่บุคคลได้ยึดถือไว้ ซึ่งแต่ละบุคคลอาจจะมีทัศนคติแตกต่างกันไป ที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง จะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และมีความรู้สึกว่สิ่งนั้นผิดหรือถูกยอมรับขึ้นกับค่านิยมหรือมาตรฐานของกลุ่ม ถ้ากลุ่มเห็นว่าสิ่งใดดี บุคคลก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นตามสภาพการณ์ของสิ่งแวดล้อมนั้นด้วย

สรุปได้ว่าการเกิดทัศนคติเป็นการอธิบายการประเมินค่าอย่างใดอย่างหนึ่งชอบหรือไม่ชอบเกี่ยวกับ วัตถุ คน สิ่งของ หรือ สถานการณ์ มันจะสะท้อนว่าเรารู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง เช่น เมื่อพูดว่า ฉันชอบงานของฉัน ฉันกำลังแสดงทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับงาน ในองค์กรทัศนคติสำคัญมีความสำคัญมากเพราะว่าทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน ถ้าพนักงานเกิดความเชื่อมั่นในหัวหน้างาน ผู้บริหาร พนักงานขยันทำงานมากขึ้น พนักงานทั้งหมดมีส่วนร่วม มันจะส่งผลต่อสำนึกในการทำงานร่วมกัน

### การวัดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายในที่มีลักษณะเป็นนามธรรม การวัดทัศนคติจึงเป็นการทำความเข้าใจบุคคล และยังสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ ได้ โดยการศึกษาความคิดเห็น ความรู้สึก ของบุคคลใดในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปจะวัดทางอ้อมจากแนวโน้มที่บุคคล จะแสดงออก ซึ่งไม่ใช่ลักษณะโดยตรงของบุคคล

Edwards (1957 อ้างถึงในจัญญา 2546) ได้เสนอรูปแบบการวัดทัศนคติไว้ดังนี้

1. โดยการสัมภาษณ์ หรือการซักถามโดยตรง วิธีนี้เป็นวิธีที่ง่าย และตรงไปตรงมาที่สุด ที่ผู้ถามจะได้ทราบถึงความรู้สึก หรือความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่มีข้อเสียคือ ผู้ตอบอาจบิดเบือนคำตอบ เนื่องจากอาจเกิดความเกรงกลัวต่อการแสดงความคิดเห็น วิธีแก้ไขคือ ผู้สัมภาษณ์ต้องสร้างบรรยากาศให้ผู้ตอบรู้สึกเป็นอิสระ และแน่ใจว่าคำตอบของเขาจะเป็นความลับ

2. โดยการสังเกตพฤติกรรม คือ การสังเกต ฝ้าดูพฤติกรรมของคนนั้นๆ วิธีนี้มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่ทำการวิจัยมากๆ ไม่สามารถสังเกตพฤติกรรมได้หมดทุกคน นอกจากนี้ทัศนคติเป็นส่วนหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นในการที่จะตัดสินพฤติกรรมอะไร เราจะพิจารณาจากทัศนคติเพียงอย่างเดียวไม่ได้ และในทำนองเดียวกันจะนำเอาพฤติกรรมที่เขาแสดงออกมาตัดสินว่า เขามีทัศนคติอย่างไร ไม่ได้เช่นเดียวกัน

3. การสร้างข้อคำถามที่เป็นข้อคิดเห็นต่อสิ่งเร้าที่เราต้องการวัดทัศนคติ เป็นเครื่องมือที่ทำให้คนที่เราต้องการ ได้แสดงทัศนคติต่อสิ่งนั้น ตอบในเชิงเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นๆ ในการวัดทัศนคติวิธีนี้ จะออกมาในรูปแบบของแบบวัดทัศนคติ หรือเครื่องมือวัดทัศนคติ ซึ่งเหมาะสำหรับการวิจัย เพราะมีความสะดวกและรวดเร็ว

ทรงพล (2538) ได้รวบรวมวิธีการวัดทัศนคติหลายวิธี ดังนี้

1. วิธีการสังเกต เป็นวิธีการที่ตรวจสอบบุคคลอื่น โดยการเฝ้ามอง และจดบันทึก พฤติกรรมของบุคคลอย่างมีแบบแผน ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบว่าบุคคลที่เราสังเกตมีทัศนคติ ความเชื่อ

อุปนิสัยอย่างไร วิธีเหมาะสำหรับการศึกษาที่เกี่ยวกับพฤติกรรม เพราะจะทำให้ผู้ศึกษาได้มองได้ เห็นพฤติกรรมของบุคคลด้วยตนเอง ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง

2. วิธีการสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่ผู้ศึกษาจะต้องออกไปสอบถามบุคคลนั้นๆ ด้วยการพูดคุยด้วยตนเอง ผู้สัมภาษณ์จะเตรียมแผนการไว้ล่วงหน้าว่าจะสอบถามเรื่องใด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด วิธีนี้นับว่าเป็นวิธีหาข้อมูลที่ดี เพราะไม่สิ้นเปลืองมาก สามารถได้ข้อมูลทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ข้อเสีย คือ ข้อมูลที่เป็นไปในทางลบหรือเสื่อมเสียต่อผู้ที่เราไปศึกษาอาจไม่ถูกเปิดเผย ต้องหาวิธีอื่นๆ ศึกษาเพิ่มเติมอีก

3. วิธีการใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่นิยมใช้เมื่อผู้ศึกษาไม่สามารถติดต่อกับผู้ที่ศึกษาได้โดยตรง แบบสอบถามนั้นจะมีข้ออธิบายไว้อย่างเรียบร้อย เพื่อให้ผู้ตอบทุกคนเข้าใจตรงกัน การใช้วิธีส่งแบบสอบถามนี้เป็นวิธีที่นิยมใช้มากในการวัดทัศนคติ เพราะสามารถสร้างและถามได้ในหลายด้านตามความต้องการของผู้ศึกษา ประหยัดเวลา และสามารถส่งให้กับคนเป็นจำนวนมากๆ ได้ในเวลาเดียวกัน แบบสอบถามที่นิยมใช้กันมากได้แก่

3.1 มาตรการวัดทัศนคติตามวิธีของ Thurstone มาตรการวัดทัศนคติของ Thurstone มีข้อดีที่เด่นชัดคือ คะแนนที่วัดออกมาได้ของแต่ละคนนั้นเป็นคะแนนแบบช่วงมาตราและไม่จำเป็นต้องทดสอบความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงเหมือนกับมาตราอื่นๆ ธรรมชาติของการวัดที่มีความเป็นปรนัยของแบบทดสอบชนิดนี้จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถจำแนกบุคคลออกตามความเข้มของความรู้สึกที่แตกต่างกันในประเด็นต่างๆ ผลที่ได้จะบ่งชี้ได้ว่า ทัศนคติของผู้ตอบนั้นเป็นไปในทางใดสเกลวัดแบบ Thurstone นี้สามารถวัดทัศนคติในแต่ละเรื่องได้เป็นอย่างดี

3.2 มาตรการวัดทัศนคติตามวิธีของ Likert มาตรการวัดทัศนคติของ Likert มีชื่อเรียกหลายอย่าง เช่น Sigma Scale, Likert Type Scale, Method of Summated Rating วิธีนี้ Renis Likert เป็นผู้เสนอขึ้นโดยมีข้อตกลงเบื้องต้นว่า ทัศนคติมีลักษณะเป็นการกระจายแบบโค้งปกติ โดยนำข้อความที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดการให้คะแนนโดยใช้เกณฑ์ความเบี่ยงเบนมาตรฐานให้ช่วงความรู้สึกเท่าๆกันเป็น 5 ช่วงแบบต่อเนื่อง เรียกว่า Arbitrary Weighting Method ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ให้คะแนนเป็น 5, 4, 3, 2, 1 สำหรับข้อความทางบวก ส่วนข้อความทางลบในระดับความคิดเห็น

เดียวกันให้คะแนนเป็น 1 , 2 , 3 , 4 , 5 ซึ่งได้ผลไม่แตกต่างกัน และพบว่ามีสหสัมพันธ์สูงสุด 0.99 กับค่าคะแนนที่กำหนดเป็นจำนวนเต็ม

3.3 มาตรการทัศนคติตามวิธีของ Osgood มีชื่อเรียกโดยทั่วไปว่า Semantic Differential Method วิธีนี้ Osgood และคณะเป็นผู้คิดสร้างขึ้นมีลักษณะคล้ายการหาความหมายของ concept โดยอาศัยคำคุณศัพท์ที่ใช้อธิบายคุณลักษณะของสิ่งเร้าในลักษณะเป็นคำตรงกันข้ามอย่างมีเหตุผล โดยทั่วไปสเกลแบบ Semantic Differential จะประกอบไปด้วยข้อให้เลือก 7 ข้อ ซึ่งจะให้กลุ่มบุคคลที่จะศึกษาประเมินค่าเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นสถานที่ บุคคล เหตุการณ์ ฯลฯ การประเมินค่านั้นใช้คำคุณศัพท์ที่ตรงข้ามกัน และมีลำดับความมากน้อยจากด้านหนึ่ง ไปสู่อีกด้านหนึ่ง รวมทั้งหมด 7 อันดับ เป็นที่เชื่อว่าถ้าขบวนการสร้างแบบสอบถามแบบ Semantic Differential นี้ เป็นแบบสเกลที่ให้ตอบโดยการให้ผู้ตอบประเมินค่า มากหรือน้อย แบบสอบถามชนิดนี้ สามารถใช้วัดความคิดเห็น ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ไม่ว่าจะเชื่อชาติใด หรือ กลุ่มใดที่มีต่อสิ่งต่างๆ และสามารถจะเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของกลุ่มต่างๆ ได้

สรุปได้ว่าวิธีการวัดทัศนคติ มี 3 วิธีที่สำคัญ คือ การสังเกต การสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม ซึ่งการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่นิยมใช้มากที่สุด ซึ่งมีผู้คิดแบบสอบถามกันหลากหลายแบบ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวัดทัศนคติแบบ Likert ในการวัดทัศนคติต่ออาชีพของผู้ให้บริการ ทั้งนี้เพราะมาตรการวัดทัศนคติแบบ Likert มีความสะดวกในการสร้างข้อคำถาม และเวลาที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเหมาะสมสำหรับกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการและผู้ให้บริการจะพัฒนาคุณภาพการบริการควรมีการประเมินการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการเพราะจะได้ทราบความต้องการของผู้รับบริการและตอบสนองได้อย่างถูกต้องสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้รับบริการและต้องศึกษาผู้ให้บริการด้วยเพราะจากการเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาลและรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างส่งผลกระทบต่อบุคลากรทางด้านพยาบาลที่จะต้องปรับปรุงและพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับยุคสมัยเพื่อการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยในการทำวิจัยในครั้งนี้พบว่า มีผู้วิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับการรับรู้คุณภาพการบริการไว้ด้วยกันหลายท่านดังนี้

#### เพศกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

จิรพร (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้าของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ใช้บริการผ่านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ จำนวน 300 คนผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

นิต (2547) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ของผู้รับบริการและพฤติกรรมในการให้บริการในสถานประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือผู้รับบริการและผู้ให้บริการ จำนวน 162 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกันมีการรับรู้ต่อการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

รุ่งทิพย์ (2540) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานขายบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานขายบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 301 คนและลูกค้าจำนวน 285 คนผลการวิจัยพบว่าเพศของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อพนักงานขาย

สุภาพร(2545 ) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคโรงพยาบาลเชียงใหม่ราม 2 กลุ่มตัวอย่าง 400 คนผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มี เพศ ต่างกัน มีการรับรู้ปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการไม่สอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### อายุกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

จิรพร (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้าของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ใช้บริการผ่านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ จำนวน 300 คนผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

นิต (2547) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ของผู้รับบริการและพฤติกรรมการให้บริการในสถานประกอบการอยู่ช่อมรดยนต์ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือผู้รับบริการและผู้ให้บริการ จำนวน 162 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกันมีการรับรู้ต่อการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

สุภาพร (2545) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคโรงพยาบาลเชียงใหม่ราม 2 กลุ่มตัวอย่าง 400 คนผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ ต่างกัน มีการรับรู้ปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการไม่สอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### ระดับการศึกษากับการรับรู้คุณภาพการบริการ

จิรพร (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้าของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ใช้บริการผ่านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ จำนวน 300 คนผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ฉิมชน (2544) ได้ทำการศึกษาผลของความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ และความ ตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังรับบริการ: ศึกษาเฉพาะกรณี มัคคุเทศก์ และลูกค้าที่มารับบริการใน ธุรกิจนำเที่ยวภายใต้การควบคุมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มี 2 กลุ่มด้วยกัน คือ มัคคุเทศก์ที่สังกัดธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนใบอนุญาตประเภทต่างประเทศ จำนวน 20 คน และลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจากธุรกิจ

เที่ยวในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา จำนวน 620 คนผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อมัคคุเทศก์แตกต่างกัน

#### รายได้กับการรับรู้คุณภาพการบริการ

จิรพร (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้าของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ใช้บริการผ่านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ จำนวน 300 คนผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

#### อาชีพกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

จิรพร (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้าของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ใช้บริการผ่านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ จำนวน 300 คนผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

#### ระยะเวลาที่เป็นผู้รับบริการกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

กรรณิการ์(2548) ได้ทำการศึกษา การรับรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย กรณีศึกษากลุ่มสาขาแยกบางนา และสาขาบางนา-ตราด กม.4 พบว่า ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

#### ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้บริการกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยในการทำวิจัยในครั้งนี้พบว่า มีผู้วิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้บริการกับการรับรู้คุณภาพการบริการไว้ด้วยกันหลายท่านดังนี้

### อายุกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

พัฒน์พงศ์ (2541) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของพนักงาน:ศึกษากรณีสำนักบริการ โทรศัพท์ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานระดับปฏิบัติการที่ทำงานในสำนักงานบริการ โทรศัพท์ (Outlets) เฉพาะในส่วนที่ทำหน้าที่รับงานจากพนักงานขายเลขหมายโทรศัพท์ จำนวน 120 คนผลการวิจัยพบว่าพนักงานที่ให้บริการในสำนักงานบริการ โทรศัพท์ที่มีอายุแตกต่างกันมีคุณภาพการบริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพนักงานให้บริการในสำนักบริการโทรศัพท์ จะมีคุณภาพการบริการ น้อยลงตามระดับอายุที่สูงขึ้น

ไพบุลย์ (2544) ได้ทำการศึกษาความฉลาดทางอารมณ์ ค่านิยมในการทำงาน และลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานบริการบนสายการบินไทย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปฏิบัติงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำนวน 356 คน ผลการวิจัยพบว่าพนักงานที่มีลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการทำงานบริการต่างกัน โดยพนักงานที่มีอายุมากกว่าจะมีพฤติกรรมการทำงานบริการดีกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

รุ่งทิพย์ (2540) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมกรให้บริการของพนักงานขายบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานขายบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 301 คนและลูกค้าจำนวน 285 คนผลการวิจัยพบว่าเพศของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อพนักงานขาย

### ระดับการศึกษากับการรับรู้คุณภาพการบริการ

ฉัตรฤดี(2543) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

รุ่งทิพย์(2543) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ศึกษาเฉพาะบริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่นจำกัด(มหาชน) พบว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการให้บริการไม่แตกต่างกัน

#### ประสบการณ์การทำงานกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

นภาพร (2543) ได้ทำการศึกษาความฉลาดทางอารมณ์และผลการปฏิบัติงานของพยาบาลประจำการในโรงพยาบาลภาครัฐ กลุ่มตัวอย่างคือ พยาบาลประจำการจำนวน 450 คน ผลการวิจัยพบว่า พยาบาลประจำการที่มีอายุงานแตกต่างกันมีผลการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

รุ่งทิพย์ (2540) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานขายบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 301 คนและลูกค้าจำนวน 285 คนผลการวิจัยพบว่าอายุงานของพนักงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงาน

#### สถานภาพสมรสกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

รุ่งทิพย์ (2540) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานขายบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 301 คนและลูกค้าจำนวน 285 คนผลการวิจัยพบว่าสถานภาพสมรสของพนักงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงาน

#### ความฉลาดทางอารมณ์กับการรับรู้คุณภาพการบริการ

นัตร์ฤดี(2543) ได้ทำการศึกษาผลของเขาว์อารมณ์ที่มีผลต่อคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน ของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร

จำนวน 18 โรงแรมรวม 252 คน ผลการวิจัย พบว่าองค์ประกอบของเช้าวอร์มณั้ด้านทักษะทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการ

คำรงค์ศักดิ์ (2547) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ กับคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้น บริษัท การบินไทย จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ฝ่ายพนักงานต้อนรับภาคพื้น จำนวน 106 คน ผลการวิจัยพบว่า ฉลาดทางอารมณ์สามารถพยากรณ์คุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้น บริษัท การบินไทย จำกัด ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

นภาพร (2543) ได้ทำการศึกษาความฉลาดทางอารมณ์และผลการปฏิบัติงานของพยาบาลประจำการในโรงพยาบาลภาครัฐ กลุ่มตัวอย่างคือ พยาบาลประจำการจำนวน 450 คน ผลการวิจัยพบว่า พยาบาลประจำการมีความฉลาดทางอารมณ์ในองค์ประกอบที่2(การควบคุมอารมณ์) แตกต่างกันมีผลการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ประชัน (2544) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเช้าวอร์มณั้กับความสามารถในการปฏิบัติการพยาบาลจิตเวชของนักศึกษาพยาบาลบรมราชชนนี โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพยาบาลจำนวน 60 คน ผลการวิจัยพบว่าเช้าวอร์มณั้ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพยาบาลจิตเวชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

อรศิริ (2544) ได้ทำการศึกษาเช้าวอร์มณั้และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 411 คน ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของเช้าวอร์มณั้ด้านการรับรู้และเข้าใจอารมณ์ ด้านการควบคุมและจัดการอารมณ์ตนเอง ด้านการจูงใจตนเองและการรับรู้อารมณ์ผู้อื่น สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมในกรุงเทพมหานครได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

Cadman C. and Brewer J.(2001) ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวทางการวิจัยของ Goleman(1996) ในเรื่องของความสัมพันธ์ของความฉลาดทางอารมณ์ที่มีต่อการศึกษาด้านการพยาบาลแก่พยาบาลที่เป็นสมาชิกใหม่ในโปรแกรมการฝึกอบรมด้านการพยาบาล ผลการศึกษพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะดึงออกมาได้เป็นรายบุคคลบทบาทของ

พยาบาลที่มีคุณภาพ จะมีการพัฒนาขึ้นตามทักษะที่จัดขึ้นอย่างเป็นระบบภายใต้เป้าหมายที่กำหนดให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ทั้งหมดรวมไปถึงการทำงานเชิงคุณภาพเป็นทีมเป็นกลุ่ม และเป็นความสามารถที่ปรากฏต่อความรู้สึกต่อตนเองและผู้อื่น

Langhorn S. ( 2004) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ของผู้จัดการทั่วไปกับผลการปฏิบัติงานภายใต้การควบคุมอย่างเป็นทางการ โดยใช้เครื่องมือวัด Bar-On EQ-i ใช้ในการประเมินความฉลาดทางอารมณ์ และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือผู้จัดการที่ปฏิบัติงานใน พับ ร้านอาหาร ในสหราชอาณาจักร ผลการวิจัยพบว่าความฉลาดทางอารมณ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการทั่วไป

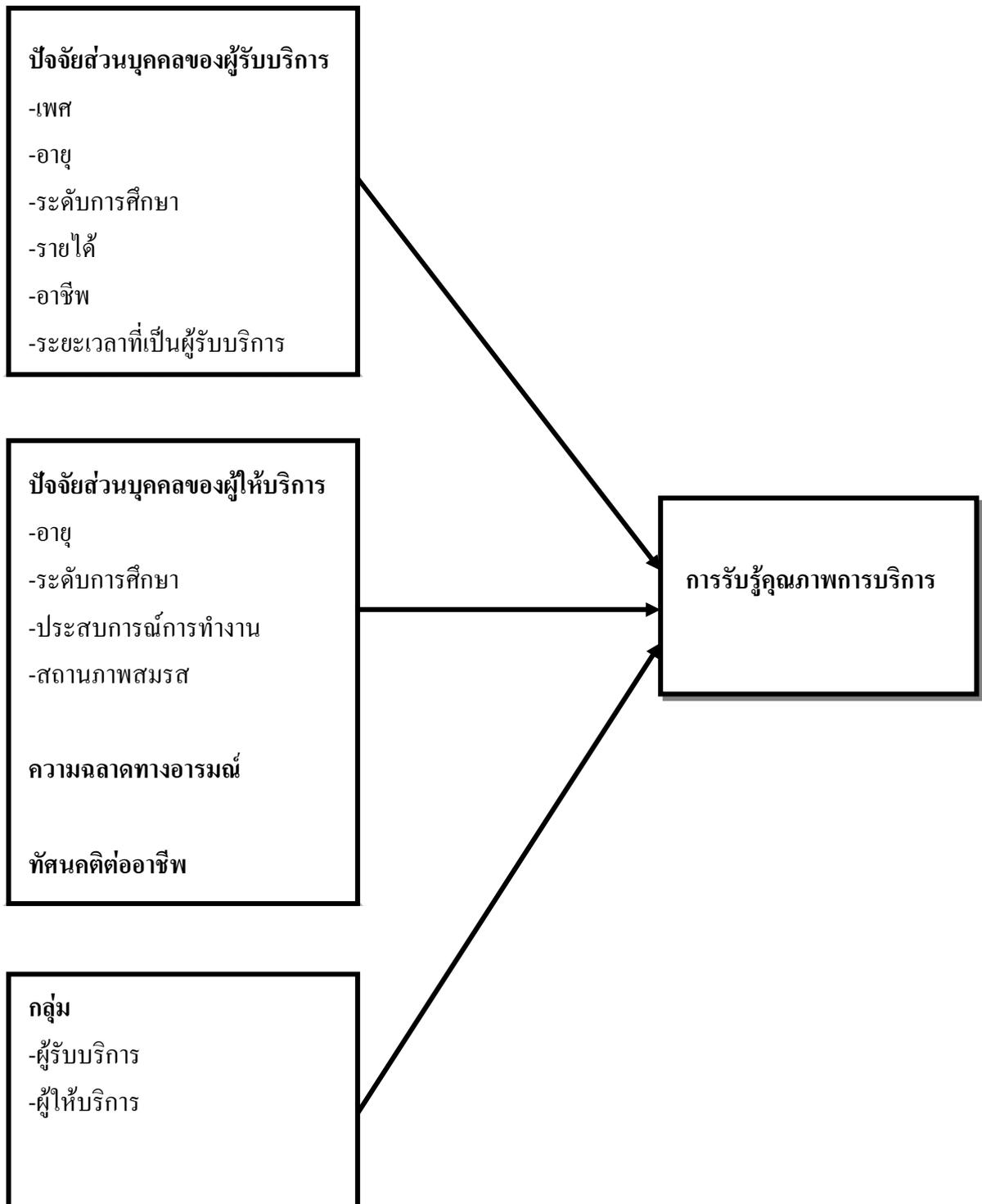
#### ทัศนคติต่ออาชีพกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

จาญา (2546) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่องานบริการ บุคลิกภาพ กับคุณภาพการบริการลูกค้าของ บริษัท แอดวานซ์ อีสโพร เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานบริการลูกค้าของ บริษัท แอดวานซ์ อีสโพร เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) จำนวน 170 คน ผลการวิจัยทัศนคติต่องานบริการ สามารถพยากรณ์คุณภาพการบริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

นิต (2547) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ของผู้รับบริการและพฤติกรรมการให้บริการในสถานประกอบกิจการอู่ซ่อมรถยนต์ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือผู้รับบริการและผู้ให้บริการ จำนวน 162 คน ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่ออาชีพสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการให้บริการของผู้รับบริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าการจะพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลนั้นควรศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการเพื่อทราบความต้องการเพื่อการตอบสนองได้อย่างถูกต้องและศึกษาผู้ให้บริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการและสำหรับผู้ให้บริการจากการศึกษาผลการวิจัย ความฉลาดทางอารมณ์ และทัศนคติต่ออาชีพ เป็นตัวแปรที่สามารถพยากรณ์การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



### สมมติฐานการวิจัย

จากการรวบรวมแนวความคิดเอกสารงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

1. ผู้รับบริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพและระยะเวลาที่เป็นผู้รับบริการ แตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการแตกต่างกัน
2. ผู้ให้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และสถานภาพสมรส แตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการแตกต่างกัน
3. การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการและผู้ให้บริการมีความแตกต่างกัน
4. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้บริการ ได้แก่ อายุ ประสบการณ์การทำงาน ความฉลาดทางอารมณ์และทัศนคติต่ออาชีพ สามารถร่วมกันทำนายการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการในโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ได้